



OVV-remonttimalliston luominen yhteistyöprojektina OVV Asuntopalvelut Tampereelle

Maarit Elo

OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2020

Liiketalouden koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

ELO, MAARIT:

OVV-remonttimalliston luominen yritysysteistyöprojektina OVV Asuntopalvelut Tampereelle

Opinnäytetyö 57 sivua, joista liitteitä 5 sivua
Toukokuu 2020

Opinnäytetyöprojektissa luotiin remonttimallisto välitysliikkeenä toimivalle OVV Asuntopalvelut Tampereelle. OVV Asuntopalvelut Tampere on Tampereella sijaitseva franchising-ketjun välitysliike, joka tarjoaa vuokra-asuntojen sekä myyntikohteiden välitystä asuntosijoittajille, sijoitusyhtiölle sekä taloyhtiöille.

Kirjallisen osuuden idea pohjautui OVV Asuntopalveluille toteutettuun yhteistyöprojektiin. Opinnäytteessä käsiteltiin vuokramarkkinoiden senhetkistä tilannetta Suomessa sekä vuokralaisten toiveita asumisensa suhteen. Lisäksi selvitettiin erilaisia yritysysteistyön muotoja markkinoinnin näkökulmasta. Lähteinä hyödynnettiin Tampereen ammattikorkeakoulun kirjallista aineistoa ja tietokantoja. Lisäksi käytettiin ajankohtaisia artikkeleita, tutkimuksia sekä tilastoja.

Opinnäytteen tuloksena ilmeni, että vuokramarkkinat ovat keskittyneet yhä enemmän yliopistokaupunkeihin. Uudisrakentamisen trendi oli vuonna 2019 edelleen voimakasta, vaikka rakennuslupien määrä hiipuikin edellisestä ennätysvuodesta. Tuloksissa selvisi myös, että vuokralaiset ovat halukkaita maksamaan vuokra-asuntonsa sijainnista sekä laadusta. Asuntokuntien koot ovat pienentyneet ja yleisin asuntokunnan koko oli vuonna 2018 yhden hengen taloudet. Tämä näkyy vahvasti myös uudisrakentamisessa, jossa yksiöitä rakennetaan muihin asuntokokoihin nähden suhteessa eniten.

Yritysysteistöiden malleja todettiin olevan lukuisia, jolloin opinnäytteessä käsiteltiin lähinnä yhteistöitä markkinoinnin kannalta. Yhteistyössä on tärkeää tunnistaa niin omat, kuin kumppanin luomat riskit. Toiminnan on oltava alusta asti läpinäkyvää ja rehellistä. Yritysten välillä luodut selkeät sopimukset ohjaavat yhteistyötä.

Toimeksiantajan nimissä toteutetun yhteistyöprojektin toiminnallisena tuloksena syntyi OVV-malliston markkinointiesite. Esite on hyödynnettävissä myös franchising-ketjun muissa toimipisteissä. Malliston hyötynä oli luoda toimeksiantajalle vuokraustoimintaa tukeva ja brändiin sopiva palvelu, jota voidaan tarjota niin vaikiintuneille kuin uusillekin asiakkaille.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Bachelor's degree of Business Administration

ELO, MAARIT:

The OVV - Renovation Collection as a Corporate Cooperation Project for OVV
Asuntopalvelut Tampere

Bachelor's thesis 57 pages, appendices 5 pages
May 2020

The purpose of this thesis was to make a renovation collection for the accommodation agency OVV Asuntopalvelut Tampere. OVV Asuntopalvelut Tampere is part of bigger franchising chain and it provides rental services and brokerage for private real estate investors, investment companies and apartment house companies.

The study of the abstract was based on the corporate cooperation which was carried out for OVV Asuntopalvelut Tampere. The study covered the current situation in Finnish rental market and expectations from the tenants for their living conditions. It also covered different ways of companies to collaborate with their marketing plans. Study's materials were from Tampere University of Applied Sciences' library and database. Relevant articles, studies and statistics were used likewise.

As a result of the thesis, it appeared that the rental markets were centered more and more to the university cities. The trend of new construction was strong in the year 2019, even though the amount of construction licenses reduced from the peak year before. The results also showed that the tenants were eager to pay more for the location and quality of their apartment. The sizes of the households have gone smaller so that the most common size is one-person. This shows also in new construction where studio apartments are built the most.

In company collaborations it is important to identify their own and partner created risks. Activity must be transparent from start to finish. Intelligible agreements steer the activity to the better.

As a result of the project there was the OVV – renovation collections marketing leaflet. The leaflet can also be used in franchising chain's other offices. A benefit of the collection was to create a brand fitting service which supports rental activity to the client, and which can be offered to the established and new customers.

Key words: project management, cooperation, rental agency

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	VUOKRALAISTEN VUOKRATARPEIDEN MUUTTUMINEN.....	7
2.1	Yleistä toimialasta	7
2.2	Asuntomarkkinoiden muutos.....	8
2.2.1	Uudisrakentaminen.....	11
2.3	Vuokralaiset	13
2.3.1	Vuokralaisten tarpeet.....	13
2.3.2	Maksukyky.....	18
2.3.3	Vuokra-asunnon remontoiminen	20
3	YRITYSTEN VÄLISET YHTEISTYÖT MARKKINOINNISSA	23
3.1	Yhteistyökumppanuus.....	23
3.1.1	Markkinointiyhteistyöt	25
3.2	Yhteistyön aloitus	26
3.3	Kumppanuuden tavoitteet ja riskit	29
3.4	Tulosten mittaaminen.....	32
4	OPINNÄYTETYÖN TOTEUTTAMISMENETELMÄ.....	34
4.1	Projektinhallinta ja johtaminen	34
4.2	Projektin vaiheistus	36
4.2.1	Käynnistysvaihe.....	38
4.2.2	Rakentamisvaihe	39
4.2.3	Päättämisvaihe ja lopputulos	39
5	OVV-MALLISTO	41
5.1	Malliston toteutus yhteistyöprojektina.....	41
5.2	Yhteistyökumppani RTV-Yhtymä Oy.....	42
5.3	Lähtökohta ja esiselvitys	42
5.4	Käynnistysvaihe	43
5.5	Rakentamisvaihe ja malliston luominen	44
5.5.1	Markkinointi ja julkaisu.....	45
5.5.2	Mallisto käytännössä	45
5.6	Projektin päättäminen	47
6	POHDINTA	48
	LÄHTEET.....	50
	LIITTEET	53

1 JOHDANTO

Vuonna 2019 Suomessa valmistui ennätysmäärä asuntoja. Näistä 42 892 asunnosta 31 567 ovat kerrostaloasuntoja. (SVT 7.5.2020). Uudisrakentamistrendi vuokra-asumisessa luo tarpeen jo hyvään ikään ehtineiden asuntojen remontoimille, jotta ne vastaavat nykyaikaisten vuokralaisten vaatimuksia. Vuokralaiset haluaisivat remontoida asuntoja ja parantaa näin omia asuinolosuhteitaan. Samaan aikaan vuokranantajilla on tarve uudistaa sijoitusasuntoaan ylläpitääkseen asunnon arvoa markkinoilla. Remontointia estää usein ennakoluulot remontin kustannuksista ja työn jäljestä. Eripuraa syntyy muun muassa kustannusten ja vastuiden jakamisesta.

OVV Asuntopalveluiden remonttimallisto toteutetaan yhdessä RTV-Yhtymän kanssa, ja sen tarkoitus on luoda niin vuokralaisia kuin vuokranantajiakin palveleva konsepti, jolla saadaan parannettua vanhempien asuntojen kilpailukykyä. Malliston vastaa vuokralaisten toiveisiin vanhempien vuokra-asuntojen päivityksestä ja pienentää vuokranantajien kynnystä käyttää varojansa sijoitusasuntonsa remontointiin. Konseptissa on valmiina tekijät ja tietotaidot sekä hillityt ja hyviksi todetut, edulliset pintaremontointiin tarvittavat materiaalit. OVV Asuntopalveluille malliston on tarkoitus luoda modernin ja asiakaslähtöisen välitysvälityksen kuvaa. Mallisto luodaan projektinomaisesti yritysryhmittäytymänä RTV Yhtymän kanssa. Projektin on pienikokoinen, mutta kumpaakin osapuolta hyödyttävä.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii OVV Asuntopalvelut Tampere. Investors House Kiinteistövarallisuudenhoidon Oy, eli tuttavallisemmin OVV Asuntopalvelut, tarjoaa valtakunnallisesti vuokravälitys- ja myyntipalveluita Suomen suurimmissa kasvukeskuksissa. Vuonna 2020 OVV Asuntopalveluilla on toimisto 11 paikkakunnalla, kattaen yli 15 kaupunkia lähiseutuineen. OVV Asuntopalvelut koostuvat itsenäisistä franchising-yrityksistä. (OVV Asuntopalvelut 2020.)

Vuonna 2018 OVV-ketju tarjosi välityspalveluita jopa 10 000 asuntosijoittajalle. Yhteensä ketjussa tehtiin kyseisenä vuonna yli 4 000 vuokrasopimusta. (Inves-

tors House 2019). Vuokravälityksen ja myynnin lisäksi ketju tarjoaa myös kokonaispalvelua (hallintaa), vuokravalvontaa ja vuokratakausta. Asiakkaisiin lukeutuvat niin yksityiset sijoitusyhtiöt, rahastot, säätiöt, taloyhtiöt kuin yhteisötkin.

OVV Asuntopalvelut, alkuperäiseltä nimeltään Opiskelijoiden Vuokravälitys, perustettiin Turussa vuonna 1994. Tampereella toimisto perustettiin muutamaa vuotta myöhemmin, 1997. Marraskuussa 2018 Päivi Ronkainen sekä Julie Lahdelma ostivat Tampereen yritystoiminnan. Tampereen toimisto vuokraa ja myy asuntoja Pirkanmaan lisäksi myös Hämeenlinnassa, Vaasassa sekä Seinäjoella.

Aihetta pohjustetaan tutkimuksellisessa osuudessa, jossa käsitellään vapaarahoitteisten vuokra-asuntojen markkinatilannetta 2020-luvulla. Katsantokannat keskittyvät asumisen trendeihin kuten kaupungistumiseen sekä siihen liittyvään uudisrakentamiseen ja vuokralaisten tarpeisiin. Opinnäytteessä käsitellään lisäksi yritysysteistöiden erilaisia muotoja markkinoinnin näkökulmasta.

2 VUOKRALAISTEN VUOKRATARPEIDEN MUUTTUMINEN

2.1 Yleistä toimialasta

Tilastokeskuksen (SVT 2019) mukaan Suomessa oli vuoden 2018 lopulla noin 3 042 000 asuntoa, joista 984 000, eli 32 prosenttia olivat vuokra-asuntoja. Yleisin vuokra-asumisen muoto on vapaarahoitteinen, jolloin asunnon voi vuokrata kuka tahansa vuokrasopimuksen ehdot täyttävä henkilö. Valtion tukemissa Arava- tai korkotukirahoitteisissa asunnoissa sen sijaan vuokralaisvalinta tapahtuu tulo- ja/tai varallisuusrajat huomioon ottaen. Tässä opinnäytetyössä käsitellään vapaarahoitteisia vuokra-asuntoja.

Vuokrahuoneiston välitys tarkoittaa sellaista toimintaa, jossa aikaansaadaan vuokrasopimus kahden tai useamman vuokraosapuolen välille. Välityksessä tulee ottaa huomioon niin vuokranantajan kuin vuokralaisenkin edut. Välitysliikettä ohjaavat muun muassa Asuinhuoneiston vuokralaki (AHVL), Kiinteistönvälityslaki, Hyvä vuokratapa sekä ohje hyvästä vuokravälitystavasta. AHVL:ia voidaan tulkita ikään kuin kuluttajansuojalakina, jolloin se kohtelee vuokrasopimuksen molempia osapuolia, eli välitysliikkeen asiakkaita, yhtenäisesti. Ohje hyvästä vuokravälitystavasta pyrkii luomaan välitysliikkeille yhtenäiset toimintatavat, jotka selkeyttävät markkinoiden toimintaa. (Kiinteistövälitysalan keskusliitto 2008.)

Vuokravälittäjää hyödyntäessä voi yleisesti luottaa siihen, että asunnon vuokraus sujuu ammattimaisesti sekä lain mukaan. On yhä normaalimpaa, että vuokralainen vuokraa asuntonsa internetin välityksellä, ilman asuntoesittelyä. Tämä tekee entistä tärkeämmäksi asunnon markkinoinnissa käytettävät materiaalit, valokuvat sekä esittelytekstin. Tietojen on vastattava todellisuutta, vääristelemättä asunnon kuntoa. Tiedon oikeellisuudesta on siis varmistuttava. (Hyvä vuokratapa 2018, 4.)

Yksinkertaisimmillaan välittäjää kannattaa hyödyntää, jos itsellä ei ole jaksamista, uskallusta tai osaamista vuokrata omaa asuntoaan. Välittäjää kannattaa hyödyntää myös asuessaan itse toisella paikkakunnalla. Vuokralaisen etsiminen

vie myös aikaa, joten ulkoistamalla vuokrauksen saa tämän ajan käytettyä muualle. Välittäjä kuvaa, markkinoi ja esittelee asuntoa, tarkistaa hakijoiden luottotiedot sekä tekee lakia ja Hyvää vuokratapaa mukailevan vuokrasopimuksen. Tavallisesti välitysliike lisäksi tarkistaa vakuudenmaksun, luovuttaa avaimet ja avustaa jatkossakin mieltä askarruttavissa kysymyksissä.

Välitysliike tekee toimeksiantosopimuksen joko vuokranantajan tai asunnon hakijan kanssa. Välityspalkkion voi periä ainoastaan toimeksiantajalta, eli kolmatta osapuolta ei voida edellyttää maksamaan välityksestä syntyneitä kuluja (Kiinteistönvälityslaki 20 § mom. 2.)

Vuokravälitysyriyten välityspalkkio on tyypillisimmin yhden kuukauden vuokraa vastaava summa + arvonlisävero (24 %). Lisäkuluna vuokranantajalle tulee isännöitsijäntodistuksen tilaaminen. Välitysyriyksillä on usein olemassa enemmän kokemusta sekä suuremmat suhdeverkostot, mikä nopeuttaa vuokrausta.

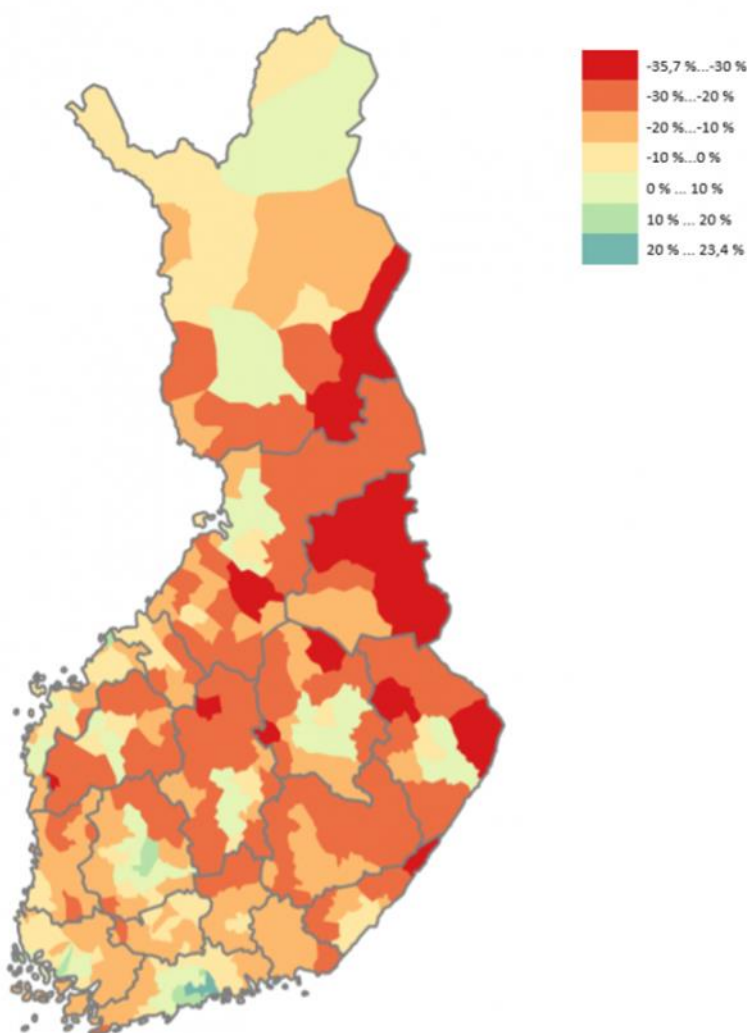
2.2 Asuntomarkkinoiden muutos

Pellervon taloustutkimuksessa (2020) käy ilmi, että kaupungistuminen on jatkunut vuonna 2019 yhä voimakkaampana. Useimmissa seutukunnissa väestön määrä supistuu, kun taas pääkaupunkiseudulla ja yliopistokaupungeissa väen määrä lisääntyy. Näin ollen kasvukeskusten ja haja-asutusalueiden ero kasvaa. Vuonna 2019 uudisrakentaminen oli poikkeuksellisen voimakasta ja uusia asuntoja rakennettiin huikeat 40 000 kappaletta (kaavio 2). Tahti on hieman hidastumaan päin, mutta esimerkiksi kasvukeskuksissa asuntoaloituksia ja valmistuvia rakennuksia on yhä paljon. Tarjonnan kasvu avittaa vanhempienkin vuokra-asuntojen hinta- ja vuokrapaineita, eikä suurta nousua näissä ole havaittavissa. Kasvukeskusten ja seutukuntien hintakehitys kuitenkin erkanee toisistaan yhä enemmän.

Vaikka kaupungistumisesta kohistaan valtakunnallisesti, on huomioitavaa, että Suomessa se koskee vain muutamaa suurempaa kaupunkia. Näistäkin lähtökohdaisesti voimakkaimpina näkyvät pääkaupunkiseutu sekä Tampere. Ihmiset ha-

luavat muuttaa keskustan tuntumaan, vaikka oma työpaikka sijaitsisikin kauempana, jopa matkan päässä seutukunnassa. Nykyasumisessa sijainti sekä palveluiden merkitys korostuvat. Enää ei välttämättä haluta sitoutua omaan asuntoon tai asuntolainaan ja vuokra-asunto nousee täten omistusasumisen rinnalle varteenotettavaksi vaihtoehdoksi. (PTT 2020.)

Kuvassa 1 (PTT Erikoisteema 2020) ennustetaan Suomen väestönkehitystä vuosille 2019-2040. Ennusteen mukaan väestön määrä varsinkin Suomen itäisissä osissa laskee merkittävästi. Kasvu tulee keskittymään rannikolle, pääosin pääkaupunkiseudulle, Turun alueelle sekä Tampereen lähikuntiin. Kasvukeskuksien kehittymisen myötä kerrostaloille ja tiiviille kaupunkirakentamiselle on yhä enemmän kysyntää.

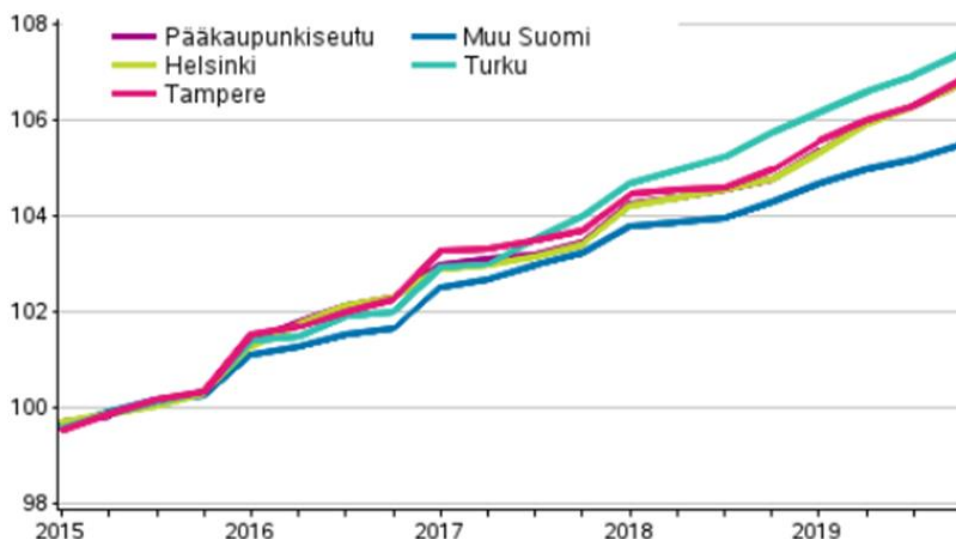


KUVA 1. Väestön muutos eri alueilla aikavälillä 2019-2040 (PTT Erikoisteema 2020, alkuperäinen lähde Tilastokeskus).

Suomen Vuokranantajat ry:n yhteiskuntasuhdejohtaja Tuomas Viljamaa kommentoi Tilastokeskuksen ennustetta varovaiseen sävyyn. Viljamaan mukaan mahdollista, että väestöennusteessa kaupunkikohtaiset tilastot ennustetaan alakanttiin. Lisääntynyt maahanmuutto keskittyy lähes poikkeuksetta kasvukeskukseen. Lisäksi tulevaisuuden ennusteita kääntää väestön vinoutunut ikärakenne. (Viljamaa 2019, 6.)

Vapaarahoitteisten asuntojen vuokrat ovat olleet voimakkaassa noususuhteessa 2010-luvun alusta alkaen. Viime vuosina vuokrat ovat yhä nousseet, mutta kasvu on ollut kuitenkin maltillisempaa. Kaavio 1 kuvaa Suomen yliopistokaupunkien sekä muun Suomen vuokrakehitystä. Turun hintataso on ollut suurimmassa noususuhdanteessa. Paikkakunta- ja kaupunginosakohtaisia eroja toki löytyy, mutta pääsääntöisesti suunta on yhä ylöspäin. Nousut perustuvat lähinnä voimassa olevien sopimusten korotuksiin sekä kaupunkien uudiskohteisiin. Uudiskohteita rakennetaan useimmiten keskustan tuntumaan tai hyvien kulkuyhteyksien päähän, mikä osaltaan lisää vuokrapyyntiä. (PTT 2020, SVT 2020.)

Vapaarahoitteisten vuokra-asuntojen vuokrien kehitys, indeksi 2015=100



KAAVIO 1. Vapaarahoitteisten vuokra-asuntojen vuokrien kehitys, indeksi 2015=100 (SVT 2020)

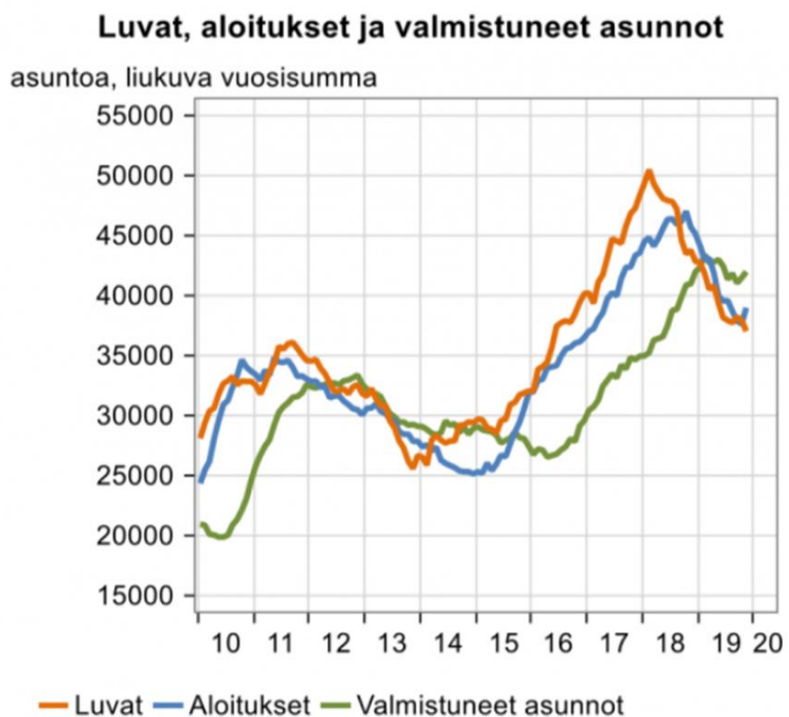
Pääkaupunkiseudulla sekä Tampereella vuokrat ovat nousseet lähes 7 prosenttia. Muun Suomen kohdalla nousu on ollut noin 5,5 prosentin luokkaa. Vuokrien vuosinousu on hidastunut eri puolilla maata. Pääkaupunkiseudulla keskimääräinen neliövuokra on yhä korkein verrattuna muuhun maahan, keskivuokran ollessa 19,80 euroa/m². Tampereella lukema on 15,1 euroa/m² ja Turussa 14,2 euroa/m². Koko maan keskiarvoneliövuokra on vuonna 2019 ollut 15,2 euroa/m². (SVT 2020.)

2.2.1 Uudisrakentaminen

Roininen (2018, 210) väittää, että suurin osa Suomen yli kolmesta miljoonasta asunnosta (niin omistus-, kuin vuokrapuolella) on rakennettu täysin erilaisiin tarpeisiin, kuin millaisia kaupungistuminen sekä modernin yhteiskunnan tarpeet ovat nykypäivänä luoneet. Tällä Roininen oletettavasti tarkoittaa talojen sijainteja syrjäseuduilla sekä neliömääräisesti suurempia asuntoja. Siispä asuntorakentamista tarvitaan. Vuokra-asumisen mainekin on ajan saatossa parantunut, eikä sosiaalisen statuksen menettämistä enää ei tarvitse pelätä, jos kertoo asuvansa vuokralla. Vuokra-asuntomarkkinat muuttuvat laadukkaammiksi sekä segmentoidummiksi – taloudellisesti se sopii lähes kaikille.

Kasvukeskuksissa yksiöiden hinnat ovat eriytyneet vahvasti suurempien asuntojen hinnoista. Pienet yksiöt ovat luoneet sijoittajille oivan sijoitusmuodon matalien korkojen sekä vuokratuottojen kasvun myötä. Tampereella yksiöiden menekki on ollut niinkin suurta, että niiden osuus uudisrakentamisessa on noussut viime vuosina jopa 40 prosenttiin. Vastaavasti samanlaista kasvua on havaittavissa muissakin yliopistokaupungeissa. Ainoastaan Helsingissä yksiöiden määrä ei ole merkittävästi muuttunut. (PTT 2020.)

Asuntoaloitusten määrä on hiljenemään päin (kaavio 2). Vantaa, Tampere ja Turku ovat aikaisemmin kuhisseet asuntoaloituksia, mutta rakennuslupien määrä kuitenkin osoittaa, että aloitusten määrä tulee laskemaan. Pääkaupunkiseudulla rakentaminen sen sijaan näyttää jatkuvan. PTT:n (Pellervon Taloustutkimus) arvion mukaan koko maassa asuntoaloitusten määrä pienenee vuonna 2020 jopa 31 000 kappaleeseen.



Lähde: StatFin, Macrobond, PTT

KAAVIO 2. Asuntorakentamisessa myönnetyt luvat, asuntoaloitukset ja valmistuneet asunnot koko maassa aikavälillä 2010:1–2019:11. (PTT 2020).

Tuomas Viljamaan (2019) mukaan hiipuva asuntotuotanto tarkoittaa pahimmillaan koko Suomen talouden hidastumista. Alati kasvavat kaupungit tarvitsisivat yhä lisää asuntoja sekä siten työvoimaa. Tuotannon hidastuminen vaikuttaa suoraan myös asuntojen hintojen sekä vuokrien nousuun. Viljamaa kokee, että vuokrien nousu olisi työllisyyden kannalta huono asia, sillä korkeammat vuokrat ajaisivat ihmisiä toisaalle.

On kuitenkin huoli siitä, muuttuvatko asuntomarkkinat yksiöiden myötä liian yksipuolisiksi. Nyt rakennettavien asuntojen tulisi vastata tuleviin asumistarpeisiin sekä -preferensseihin. Hurjalla vauhdilla etenevä asuntotuotanto kasvattaa nyt pienten yksiöiden määrää runsaalla kädellä. Toisaalta, juuri nämä rakentuvat pienet yksiöt mahdollistavat yksin asujien asumiskustannusten pysymisen alempana. Jos tuotantoa vähennettäisiin, nousisivat myös vanhempien asuntojen vuokrat kysynnän ja tarjonnan lain mukaisesti. (PTT 2020.)

2.3 Vuokralaiset

Suomen Vuokranantajat ry toteuttaa vuosittain laajan kyselytutkimuksen yksityisille vuokranantajille. Kyselyssä on tarkoitus selvittää vuokranantajien näkemyksiä vuokramarkkinoihin sekä toimintatapoihin. Vuonna 2020 julkaistu kysely toteutettiin 2019 marraskuussa ja siihen vastasi 3100 yksityistä vuokranantajaa. Kyselyssä kartoitetaan muun muassa vuokranantajien kriteerejä vuokralaisvalinnassa. Yksityiset vuokranantajat arvostavat eniten vuokralaisen taloudellista vakautta sekä pidempää asumishalukkuutta.

Kyselyssä selvisi, että yksityisten vuokranantajien kymmenen tärkeintä kriteeriä vuokralaisten valinnassa ovat:

1. *Ei luottohäiriömerkintöjä*
2. *Säännölliset tulot*
3. *Vuokralaisen tavoite asua asunnossa pitkään*
4. *Tuntuu luotettavalta*
5. *Vuokralaisella on työpaikka*
6. *Asunto sopii vuokralaisen elämäntilanteeseen*
7. *Vuokralaisella on opiskelupaikka*
8. *Ei tupakoi*
9. *Ei lemmikkieläimiä*
10. *Suositus edelliseltä vuokranantajalta*

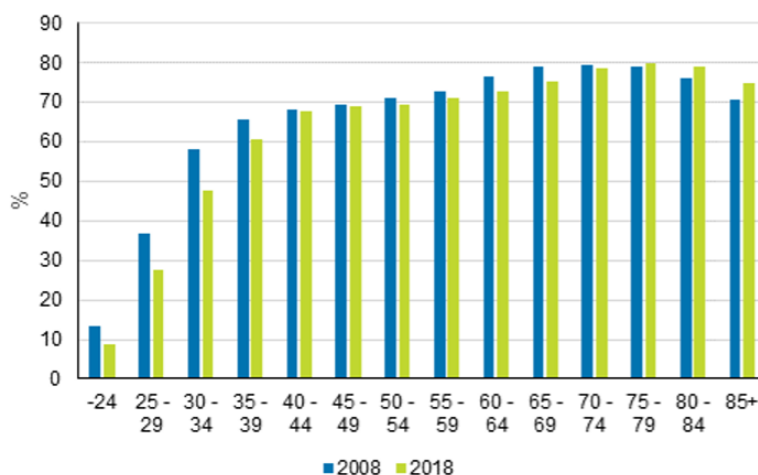
Luotettavat ja säännölliset tulot omaavat vuokralaiset ovat siis ymmärrettävästi haluttuja. Vuokranantajat eivät kuitenkaan voi yksin päättää, kenet he haluavat omaan asuntoonsa asumaan ja maksamaan vuokraa. 2010-luvulta eteenpäin sanotaan vallinneen vuokralaisen markkinat, jolloin kotia etsiviä vuokralaisia on vähemmän kuin vapaana olevia asuntoja. Mikäli vuokralaisen tiedot ovat kohdallaan, on hänellä mahdollisuus itse valikoida asuntotarjonnasta juuri hänelle sopivan vuokratoti.

2.3.1 Vuokralaisten tarpeet

Vuokra-asumisen trendi on selkeästi nostanut päätään nuorten aikuisten keskuudessa. Nuorten osuus omistusasunnossa asuvista on pienentynyt kymmenen

vuoden aikavälillä, vuodesta 2008 vuoteen 2018 (kaavio 3). Tilastokeskuksen tiedoissa 30-39-vuotiaista asuntokunnista enää alle puolet asuivat omistusasunnoissa.

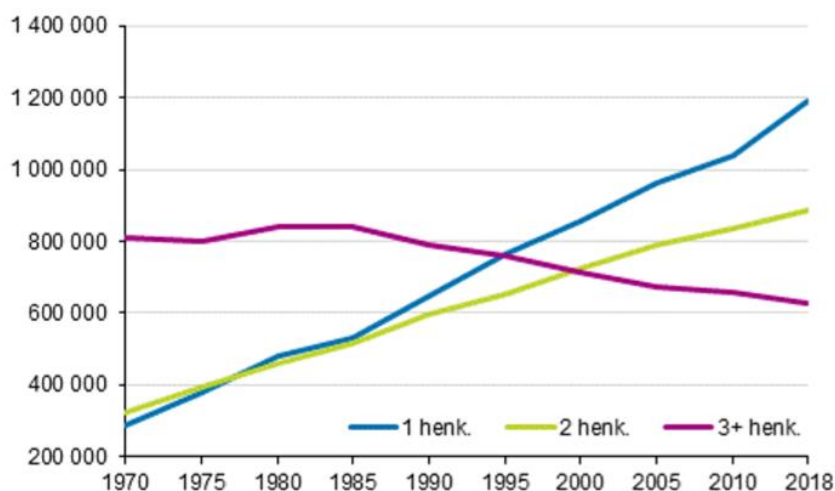
Omistusasunnossa asuvat asuntokunnat vanhimman henkilön iän mukaan 2008 ja 2018, osuus saman ikäryhmän asuntokunnista (%)



KAAVIO 3. Omistusasumisen muutos 2008-2018 (SVT 2019).

Kaiken kaikkiaan vuonna 2018 vapaarahoitteisissa vuokra-asunnoissa asui 22 prosenttia kaikista asuntokunnista. Vuokralla asuvia henkilöitä oli 1,4 miljoonaa henkeä, eli neljännes Suomen väestöstä. (SVT 2019.)

Yhden ja kahden hengen taloudet ovat lisääntyneet merkittävässä määrin, kuten kaavio 4 osoittaa. Vuonna 2018 yksihenkisiä talouksia oli Suomessa lähes 1,2 miljoonaa. Tilastokeskuksen (2019) tietojen mukaan suurin osa, jopa 87 prosenttia vuokralla asuvista talouksista oli yksin tai kaksin asuvia henkilöitä. Asuntokunnan keskikoko oli siis näin ollen kaksi henkilöä. Asuntokuntien pieneneminen osoittaa, miksi rakennusliikkeet rakentavat lisääntyvässä määrin kompakteja yksioita ja kaksioita. Suurempien asuntojen tarve vähenee. (SVT 2019.)

Kuvio 2. Asuntokunnat koon mukaan 1970–2018, lkm**KAAVIO 4. Asuntokunnat koon mukaan 1970–2018, lkm (SVT 2019)**

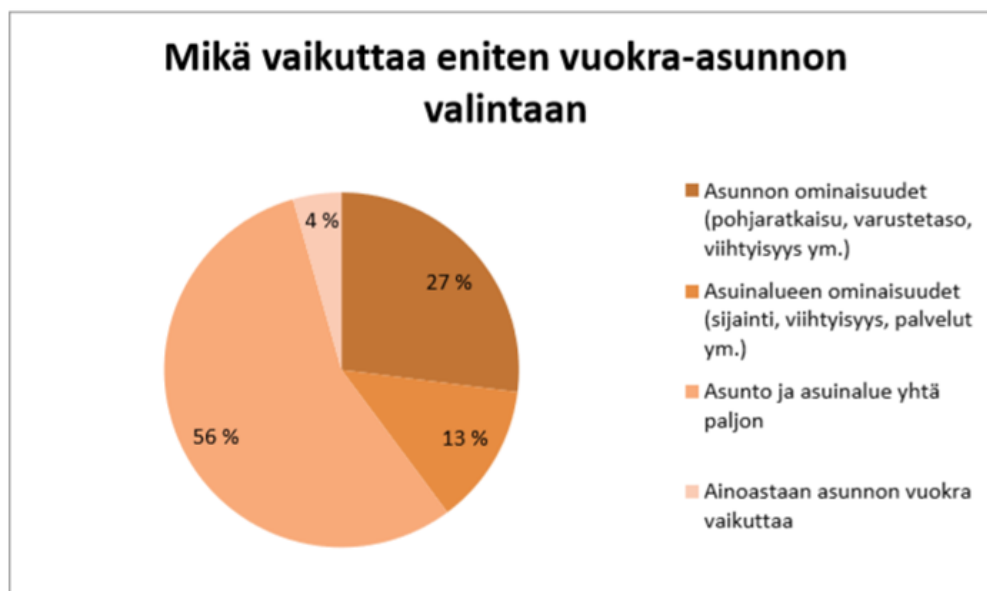
Vuonna 2018 OVV Asuntopalvelut – ketjun silloisena toimitusjohtajana toiminut Pirjo Timonen kommentoi, että asumistavan valinta ei enää riipu pelkästään taloudellisesta asemasta. Vaikka vuokravälitysmäärät ovat OVV Asuntopalveluiden ketjun tasolla kasvaneet, ovat vuokralaisten laatuvaateet muuttuneet vuokranantajan sekä välittäjän kannalta haastavammiksi. Mikä tahansa asunto ei enää mene vuokralle samalla tavoin kuin esimerkiksi kymmenisen vuotta sitten. Nuorempi sukupolvi arvostaa asumisessa liikkuvuutta sekä joustoa elämäntilanteen mukaan. Siksi vuokra-asuminen viehättää enemmän kuin omistusasunto, joka sitoo asujansa yhdelle paikkakunnalle. Sama trendi alkaa pikkuhiljaa näkyämään myös iäkkäämpien ihmisten puolella: osa heistäkin haluaa käyttää varojansa enemmän elämisen laatuun. He niin sanotusti vapauttavat rahansa ”seiniä” ja kuluttavat mieluummin varansa vuokra-asunnon sijaintiin ja naapurustoon, matkusteluun sekä muihin elämää rikastuttaviin asioihin. (2018, 35.)

Asuntosijoittajat Joonas Orava ja Olli Turunen kertovat kirjassaan kokemuksistaan vuokramarkkinoilla. Turvallisimpana ja helpoimmin vuokrattavissa olevana asuntona he pitävät kaupunkien keskusta-asuntoja. Esimerkiksi opiskelijat tinki-vät asuntonsa neliöistä, jos se tuo heille paremman sijainnin opiskelupaikkakunnaltaan. Mitä kauemmas keskustasta mennään, sitä tärkeämmäksi asunnon kunto muodostuu. Lisäksi autopaikan merkitys korostuu. Autopaikan lisäksi asunolta lähestulkoon vaaditaan parveketta, astianpesukonetta sekä pyykinpesukoneliitäntää. (2013, 78.)

On huomattava, että vuokralainen tekee valintansa omien tarpeidensa mukaan. Hän valitsee itselleen sellaisen huoneiston, joka vastaa parhaiten hänelle tärkeitä ominaisuuksia. Merkittäviä seikkoja ovat esimerkiksi etäisyydet työ-, koulu- tai päiväkotipaikasta, harrastuksista tai palveluista. Vuokralaiselle ei useinkaan riitä pelkkä huoneisto. Kiinnostusta herättää myös taloyhtiöinternet, autopaikat sekä taloyhtiöt yhteiset tilat kuten pesutuvat, kuivaushuoneet sekä kuntosalit. Viimeinen ratkaiseva tekijä on kuitenkin vuokran suuruus sekä asunnon kunto. (Hienonen & Kinnunen & Viita 2011, 14.)

Kai Kairavirta (2014) toteutti opinnäytetyönään kyselyn vuokralaisten mieltymyksistä vuokralla-asumisesta. Kairavirran kysely toteutettiin sähköisenä kyselynä. Kysely lähetettiin 1398 Vuokramaailma Tampereen vuokralaiselle ja vastauksia saatiin 257 kappaletta. Vastaajista suurin osa (57,98 %) oli 20-29 vuotiaita. Vastauksista käy siis hyvin ilmi nuoremman sukupolven asuintoiveet. Yli 40-vuotiaita vastaajia oli 11,27 % kaikista kyselyyn vastanneista. Sukupuolijakauma kallistui naisemmistöön (71,21 %).

Kairavirran tutkimuksessa (2014, 36-37) selvisi, että pelkkä vuokra ei vaikuta vuokralaisen päätökseen asuntoa etsittäessä (kuvio 1). Asunnon ominaisuudet sekä asuinalueen sijainti, viihtyvyys sekä palvelut muodostavat yhdistelmän, jossa kokonaisuus merkitsee. Keskustan ulkopuolella sijaitseva asunto ei vedä vuokralaista puoleensa, mikäli huoneiston pohjaratkaisu ei ole järkevä tai varustetaso riittävä.



KUVIO 1. Mikä vaikuttaa asunnon valintaan (Kairavirta 2014, 37).

Nykyajan vuokralaiset arvostavat asunnossaan laadukkuutta. Sijainti on edelleen yksi hyvän asunnon kärkitekijöistä, mutta sen rinnalle ovat kivunneet lisäksi mm. kylpyhuoneen tasokkuus sekä asunnon hyvät pintamateriaalit. Asunnon laadusta ollaan jopa valmiita maksamaan lisää. Asunnonhakijoiden kriittisyydestä kertoo hyvin muuan muassa se, kuinka paljon vuokra-asuntojen asuntonäytöillä kierteleminen on yleistynyt. Vuokralaiset käyvät katsomassa useampia asuntoja ja etsivät huolellisesti itselleen sopivaa kotia. (Roininen 2018, 145.)

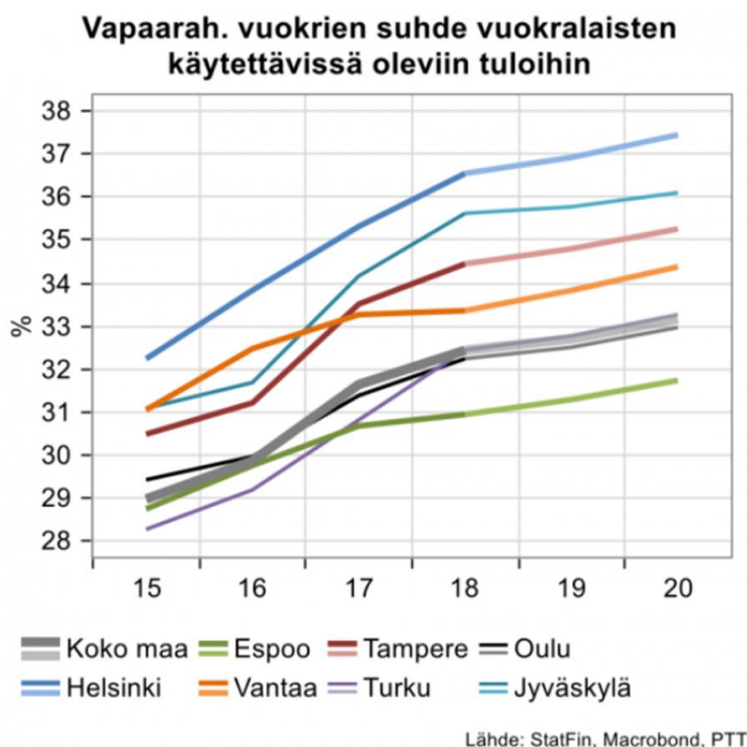
TAULUKKO 1. Mistä ominaisuuksista ollaan valmiita maksamaan lisää vuokraa (Kairavirta 2014, 41).

Ominaisuus	Vastaajia	% vastaajista	K.A €
Parveke	100 kpl	56,50 %	21,76
Oma huoneistosauna	77 kpl	43,50 %	28,05
Korkeatasoinen keittiö	76 kpl	42,94 %	31,39
Korkeatasoinen kylpyhuone	76 kpl	42,94 %	21,39
Laadukkaat pintamateriaalit	65 kpl	36,72 %	20,86
Autopaikka/-talli	64 kpl	36,16 %	24,56
Vaatehuone	62 kpl	35,03 %	12,19
Nykyistä tilavampi asunto	59 kpl	33,33 %	67,97
Asunnon sijainti keskustassa	55 kpl	31,07 %	59,38
Astianpesukone	55 kpl	31,07 %	23,55
Huoneistokohtainen ilmastointi	38 kpl	21,47 %	15,16
Pyykinpesukone	35 kpl	19,77 %	28,14
Talosauna	17 kpl	9,60 %	8,82
Kuivausrumpu	5 kpl	2,82 %	7,00
Talon askartelu-/kerhotilat	3 kpl	1,69 %	3,33

Kairavirran kyselyyn vastanneilta vuokralaisilta tiedusteltiin asunnon ominaisuuksien tärkeyttä ja sitä, kuinka paljon he olisivat valmiita maksamaan lisää näistä ominaisuuksista (taulukko 1). Ylivoimaisesti tärkeimmäksi ominaisuudeksi vastaajien keskuudessa nousi parveke. Huoneiston sauna, keittiö ja kylpyhuone kohosivat niin ikään tärkeiksi. Asunnon hyvä kunto lisää viihtyvyyttä ja asukastyytyväisyyttä. (Kairavirta 2014, 40.)

2.3.2 Maksukyky

Kairavirran tutkimuksessa, kysyttäessä vuokra-asumisen kehityskohteita, jopa 97,62 % vastaajista nosti esiin vuokramäärän säilyttämisen samalla tasolla. (Kairavirta 2014, 42). Vuokrien noususta huolimatta tulotaso ei juurikaan noussut 2010-luvun aikana (kaavio 5). Vuokralaisten vuokran suhde käytettävissä oleviin tuloihin on siis noussut huomattavasti koko Suomen tasolla. Viiden vuoden aikana vuokran osuus tulosta on noussut noin 29 prosentista jopa 33 prosenttiin. Merkittävin kulutus vuokraan on helsinkiläisillä, joilla vuonna 2020 osuus ylittää ennusteen mukaan 37 prosenttia. Vuokrien nousun oletetaan pysyvän vuonna 2020 maltillisena, joten osuuden ei ennusteta nousevan kovinkaan paljoa seuraavan vuoden aikajänteellä. Vuokralaiset sopeuttavat menojaan tinkimällä esimerkiksi neliöiden määrästä. Tämä vaikuttaa suoraan myös vuokran määrään. (PTT 2020.)



KAAVIO 5. Vapaa-ahoitteisten vuokrien suhde vuokralaisten käytettävissä oleviin tuloihin vuosina 2015–2020 (50 m² asunto). Ennuste: PTT. (PTT 2020)

Vuokralla asuvien on mahdollista saada Kansaneläkelaitokselta asumistukea helpottamaan ruokakuntaa elinkustannuksissa. Yleinen asumistuki määräytyy tuensaajan asumismenojen, tulojen, asuinkunnan sekä ruokakunnan pääluvun mukaan. Tyypillisimmin tuen saaja on yksin asuva nuori, joten järjestelmä kannustaa ja auttaa omilleen muuttamisessa. Suomen Vuokranantajien artikkelin (1/2019) mukaan vuonna 2018 93 % yleisen asumistuen saajista asui vuokralla. Asuntojen kysynnän kasvusta johtuneeseen nousuun on haettu syytä myös asumistuista. Suomen Vuokranantajien artikkeli kuitenkin viittaa Valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen toteuttamaan tutkimukseen aiheesta, jonka mukaan asumistuella ei ole vaikutusta vuokrien kasvukäyrään. (Krabbe 2019, 28.)

Vuoden 2019 joulukuussa yleisen asumistuen piiriin kuului 379 667 ruokakuntaa. Edellisvuoteen verrattuna määrä kasvoi yli 3000 ruokakunnalla, eli 0,8 prosentilla. Määrä on pysynyt kahden vuoden ajan suhteellisen samana. Tilastojen mukaan vuonna 2018 asumistukea saaneista henkilöistä 41 prosenttia oli alle 25-vuotiaita. Tämä määrä selittyy opintojaan suorittavilla nuorilla sekä lapsiperheillä. Suuri muutos tukien saajissa oli vuonna 2017, kun vuokralla asuvat opiskelijat siirrettiin opintotuen asumislisän piiristä yleisen asumistuen saajiksi. (Kela 2019.)

Suomalaisten maksukyvyn heikentyminen näkyy kasvavissa luottotietohäiriömerkinnöissä. Asiakastieto Groupin liiketoiminnan johtajan, Jouni Muhosen mukaan vuoden 2019 kesäkuussa yhteensä 382 700 suomalaisella oli luottotietohäiriömerkintöjä. Määrä oli vuoden aikana kasvanut 4 000 henkilöllä. Ongelmallisin ikäluokka merkintöjen suhteen oli 30-vuotiaat, joista jopa 13-prosentilla oli maksuhäiriömerkintöjä. Muhosen mukaan lukema on vuosien mittaan kasvanut. Yli-velkaantumisongelma on ollut Suomessa kokonaisvaltainen ongelma, sillä jopa eläkeläisille on kertynyt merkintöjä. Positiivisena seikkana näkyy kuitenkin alle 20-vuotiaiden maksuhäiriömerkintöjen väheneminen. (Asiakastieto 2019.)

2.3.3 Vuokra-asunnon remontoiminen

Vaikka vaatimustasot vuokra-asuntojen suhteen ovat nousseet, eivät ne silti ole yhtä korkeat kuin omaan omistusasuntoon muuttavilla. Sijoitusasunnosta kannattaa toki pitää huolta – hyväkuntoisesta asunnosta sijoittaja saa kuitenkin useimmiten enemmän vuokraa kuin kulahtaneesta huoneistosta. Uudistutuotannon noustessa eivät välttämättä koulujen läheisyydessä olevat heikkokuntoiset yksiöt enää kelpaa. Pienellä pintaremontilla ja ilmeenkohotuksella onkin jo helpompi löytää uudet, onnelliset asukkaat. (Orava & Turunen 2013, 134.)

Huoneiston kunnosta sekä kunnossapidosta vastaa viime kädessä vuokranantaja. Vuokralaisen velvollisuuksiin kuuluu kuitenkin vuokratun huoneiston sekä kalusteiden huolellinen hoito. Mikäli hän havaitsee huoneistossa vikaa tai puutetta, on hänen viipymättä ryhdyttävä toimiin asian korjaamiseksi, tarkoittipa se sitten yhteydenottoa vuokranantajaan, isännöintiin, huoltoyhtiöön tai jopa viranomaiselle. Vuokralaisella on vahingonkorvausvelvollisuus sellaisista vahingoista, jotka hän laiminlyönnillään tai huolimattomalla toiminnallaan asunnossa aiheuttaa. Hyvän vuokratavan mukaan vikailmoitus ja siihen vastaaminen tulisi tehdä kirjallisesti, jotta siitä jää todisteet mahdollisia riitatilanteita varten. (Hienonen & Kinnunen & Viita 2011, 42. Hyvä vuokratapa 2018, 12.)

Taloyhtiössä osakkeenomistajan vastuulla ovat asunto-osakeyhtiölain mukaan hänen omistamansa ja hallitsemansa huoneiston sisäosat. Tähän vastuualueeseen eivät kuulu huoneistossa olevat rakenteet, eristeet tai yhtiön vastuulla olevat perusjärjestelmät. Osakas vastaa huoneiston kunnossapidosta sekä korjauksista myös silloin, kun hänen omistamansa asunto on vuokrattuna toisalle. Osakkaalla on lain mukaan oikeus toteuttaa kunnossapito- ja muutostöitä huoneistossa silloinkin, jos korjaus koskee taloyhtiön vastuulla olevia huoneiston osia, kuten vedeneristeitä. Mikäli taloyhtiön vastuulla oleviin osioihin kajotaan tai remontin voidaan olettaa vaikuttavan toisen osakkaan vastuulla olevaan huoneiston osaan, tulee tästä ilmoittaa kirjallisesti joko taloyhtiön hallitukselle tai isännöitsijälle. Yhtiöllä on oikeus valvoa osakkaan toimia kunnossapito- tai muutostilanteissa. (Suomen Kiinteistöliitto ry & Kiinteistöliitto Uusimaa ry 2019.)

Vuokranantajalla on oikeus suorittaa omistamassaan asunnossa korjaustöitä (Hyvä vuokratapa 2018, 14). Asuinhuoneiston vuokralain 21 luku kuitenkin määrittää tähän tarkat ilmoitusaikataulut. Kiireellisen korjaustyön, kuten vesivahingon korjauksen, voi aloittaa välittömästi. Mikäli työn aloittamista voi siirtää ilman, että se aiheuttaisi suurempaa vahinkoa, on vuokralaiselle ilmoitettava asunnosta tehtävästä huoltotoimenpiteestä tai kunnostustoimesta vähintään 14 päivää ennen remonttia tai korjaustointia. Vuokranantajan halutessa tehdä asunnossa laajempaa remonttia, tulee ilmoitus tehdä kuutta kuukautta aiemmin.

Vuokralaisen kanssa tulee sopia huolellisesti jatkotoimenpiteistä, kuten tavaroiden säilyttämisestä remontin aikana. Hyvän vuokran mukaan vuokralaiselle tulisi tiedottaa remontin aloitusajankohdasta, aikatauluarviosta, työn tekijästä sekä mahdollisesta korjauksen aikaisesta yhteyshenkilöstä. Lisäksi on hyvä sopia yhdessä vuokranalennuksesta. Vuokranalennuksen määrään vaikuttaa remontin haitta-aste asumiselle. Ennalta sovittua alennusta voidaan muuttaa remontin jälkeen, mikäli olosuhteet muuttuvat remontin aikana. Tapauskohtaisesti voi pohtia, onko parempi antaa alennus remontin aikana, vai vasta sen jälkeen. (Hienonen & Kinnunen & Viita 2011, 47.)

Asunnon ilmeen kohottamiseen ei aina tarvita täysvaltaista remonttia. Jo seinien maalaus ja lattiamaton vaihtaminen laminaatiksi saattaa riittää. Pitkäaikaisen ratkaisun asunnon viihtyvyyteen saa valitsemalla neutraalit sävyt, jotka miellyttävät

useimpien silmää. Näin ei tarvitse maalaila seiniä aina vuokralaisen vaihtuessa. Remontin voi toteuttaa itse, ammattilaista hyödyntäen, tai jos oma vuokralainen vaikuttaa pätevältä, voi hänetkin valjastaa puuhaan. (Orava & Turunen 2013, 142.) Tällöin on hyvä sopia kirjallisesti kustannusten jakamisesta tai mahdollisista vuokrahyvityksistä.

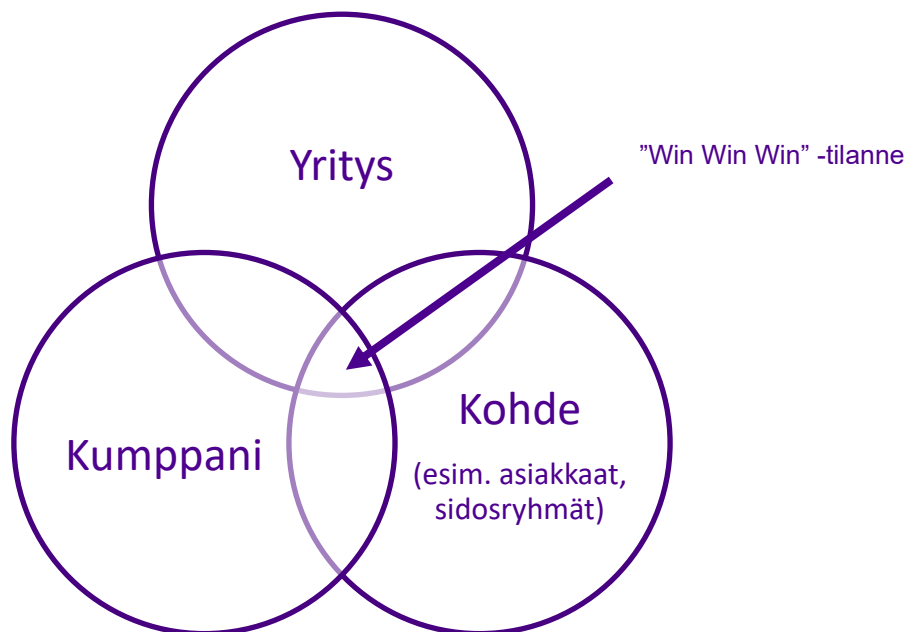
Asuinhuoneiston vuokralaki (21 luvun 2 §:n 1 mom.) säättää, ettei vuokralaisella ole oikeutta suorittaa korjaus- tai muutostöitä vuokraamassaan asunnossa ilman vuokranantajan nimenomaista lupaa. Kiireelliset korjaustyöt suuremman vahingon estämiseksi ovat sallittuja, mutta esimerkiksi tapetointi, maalaus, kiinteiden kalusteiden vaihtaminen tai kosteisiin tiloihin reikien poraaminen vaativat vuokranantajan suostumuksen. Ilman lupaa tehtävistä muutostöistä voi vuokralainen joutua korvausvastuuseen. Vuokranantajan lisäksi on hyvä tarkistaa, vaatiiko toimenpide luvan myös taloyhtiöltä. (Hyvä vuokratapa 2018, 15.)

Muutostyöstä on hyvä sopia kirjallisesti. Sopimuksesta olisi hyvä käydä ilmi mitä asunnolla tehdään, millä tavoin remontti toteutetaan ja valvotaan, milloin työn tulisi olla valmis. Lisäksi on sovittava selkeästi työn kustannuksista: kuka työn ja materiaalit kustantavat, ja paljonko siihen käytetään varallisuutta. On myös hyvä miettiä, jäävätkö muutokset asuntoon vuokralaisen pois muuttaessa, vai tuleeko jäljet siistiä kokonaan pois. (Hienonen & Kinnunen & Viita 2011, 84.)

3 YRITYSTEN VÄLISET YHTEISTYÖT MARKKINOINNISSA

3.1 Yhteistyökumppanuus

Yhteistyökumppanuudella tarkoitetaan kahden erillisen yrityksen välillistä sopimussuhdetta, jossa molemmat hyötyvät. Yhteistyöllä voidaan pyrkiä rakentamaan esimerkiksi yrityksen brändiä tai luomaan asiakkaalle lisäarvoa. Sopimuksen vaikutukset voivat olla sekä pitkä- että lyhytaikaisia. Yksiselitteistä, kaikille sopivaa käytäntömuotoa ei siis ole. Parhaimmillaan kumppanuus kuitenkin luo kaikille osapuolille "Win win win" -tilanteen: parhaat tulokset syntyvät, kun aate palvelee itse yrityksen lisäksi myös kumppania ja sidosryhmiä/asiakkaita. (Valanko 2010, 60, 190.)



KUVIO 2. "Win win win" -tilanne (Valanko 2010, s. 190)

Yritysten välisiä markkinoinnin yhteistyön muotoja on monia. Ne voidaan kuitenkin karkeasti jakaa kahteen luokkaan: yrityskuvan/imagon luomiseen ja ylläpitoon sekä tuotteen/palvelun markkinointiin liittyvään kumppanuuteen. Mikäli tavoitellaan yrityskuvan kehittämistä, voidaan siinäkin keskittyä joko sisäisiin tai ulkoisiin sidosryhmiin. On selkeämpää, jos muutokset pyritään tähtäämään erikseen esimerkiksi työntekijöihin tai asiakkaisiin. (Vuokko 2003, 280.)

Yritysten välisten yhteistöiden aste vaihtelee. Saarnilehto, Vesalainen & Annola (2013, 23) jakavat verkostoitumisen kirjassaan kahteen organisointiluokkaan: kumppanuus- sekä allianssimalliin. Kumppanuusmallissa yritykset luovat asiakas-toimittaja-yhteistyön säilyen samalla omina itsenäisinä yrityksinään. Allianssimallissa yrityksiä yhdistää yhteinen tavoite, oli se sitten tuotekehitystä, yhteistä hankintaa, tai yhteissuoritusmyyntiä kolmannelle osapuolelle.

Allianssimallisessa yhteistyössä olennaista on keskinäinen luottamus. Yhteistyöhön lähdetään usein riskillä, jos tavoitteet ja etenemishalut ovat kovat. Niin ikään pienen panostuksen liittoumilla riskit eivät nouse kovinkaan korkeaksi. Allianssimalliin kuuluu esimerkiksi myynnin ja/tai markkinoinnin edistäminen. Suhde voi olla näennäisen epävirallinen. Tällaisesta yhteistyöstä yksinkertaisin malli on toisen yrityksen suosittelu. Yhteistyöhön voi kuulua esimerkiksi erilaisten yhteisten esitteiden suunnittelua ja jakamista. Näin ”kevyessä” yhteistyössä riski on alhainen, mutta yritysten on kuitenkin pohdittava tarkkaan kenen luokse asiakkaitaan ohjaa. Huonot kokemukset luovat ikävää kuvaa myös suosittelevasta yrityksestä. (Saarnilehto, Vesalainen & Annola 2013, 31.)

Yhteistyösuhteen rinnalla saattaa ilmetä myös jonkinasteista kilpailua. Yleisesti ottaen hyvä lähtökohta pitkäjänteiseen ja tasapainoiseen yhteistyöhön on, jos yritysten välillä ei ole kilpailuasetelmaa ja yhteistyö toisi osapuolille merkittävää etua. (Gummesson 2004, 48.)

Yhteistyö saattaa kukoistaa kuitenkin myös siinä tapauksessa, jos yritykset ovat kilpakumppaneita. Joissakin tilanteissa yritykset toimivat jopa luontevammin kumppaneina, kuin kilpailijoina. Organisaatio saattaa yllättäen huomata, ettei omat resurssit tai tietotaidot riitäkään tarjoamaan asiakkaille parasta kokonaistarjoamaa ja kannattavammaksi tulisi etsiä kumppani täydentämään sitä. Parhaimmillaan kumppanuussuhteet hyödyttävät kaikkia osapuolia. Markkinatilanteesta riippuen saattaa myös kilpailevien yritysten olla kannattavampaa toimia edes osin yhteistyössä, palvellen yhteisiä asiakkaitaan. Tällainen yhteistyö saattaakin luoda valtavan markkinaedun molemmille. (Grönroos 2009, 58.)

Yritykset saattavat myös liittoutua. Liittouman osapuolina voivat toimia niin kilpailevat yritykset, asiakkaat kuin toimittajatkin. Liittouman syy voi olla monisyinen ja

niillä voi olla erilaisia muotoja. Liittouman ei tarvitse tarkoittaa pitkäaikaista fuusioitumista, vaan se voidaan sopia yhden kertaluontoisen hankkeen ajaksi. Liittoumien tulisi kuitenkin olla hyvin harkittuja ja strategisia päätöksiä, eikä niitä tulisi toteuttaa hetken mielihalusta. Gummesson viittaa kirjassaan tutkimukseen, jossa jopa kolmannes 49 lyhytaikaisesta yritysliittoumasta epäonnistui. Tutkimuksessa todettiin, että suurimmiksi ongelmiksi muodostuu usein arvomaailmojen erilaisuus sekä johtotason taidottomuus. (Gummesson 2004, 228-233.)

Aina yhteistyötä tekevien yritysten ei tarvitse olla lähtökohdiltaan tasavertaisia. Demos Helsingin Bees and Trees hankkeessa tutkittiin pienten ja suurten yritysten yhteistyömahdollisuuksia. Hankkeessa luotiin kuluttajia palvelevia ratkaisuja, yhdistäen suuren yrityksen voimat ja pienen startupin ideat. Hankkeesta luotiin käsikirja, jonka avulla vastaavien yhteistöiden muodostaminen olisi helpompaa. Hankkeessa kävi ilmi, että erikokoisten yritysten yhteistyöt ovat varsin hedelmällisiä. Pienet yritykset ovat toiminnassaan usein vikkellämpiä ja idearikkaampia, mutta eivät omaa yhtä hyvää markkina-asemaa tai varallisuutta toteuttaa haaveitaan. Suuremmat yritykset taas jäävät helpommin junnaamaan vanhoille poluilleen, vaikka asiakaskunta ja potentiaali löytyisi muutoin valmiina. Yhdistämällä näiden kahden voimavarat, voidaan tavoittaa täysin uusia asiakaskuntia ja valloittaa markkinoita. (Demos Helsinki 2018, 7-12.)

3.1.1 Markkinointiyhteistyöt

Yrityksen brändiä voidaan korottaa yhteistyöllä ajankohtaisemman brändin kanssa. Onnistuneesta yhteistyöstä voidaan Sounion mukaan saada jopa kolminkertainen näkyvyys. Uudella yhteistyöllä tututkin nimet tuntuvat uusilta, ja näin saadaan molemmille brändeille ja yritykselle uusia asiakkaita. Yhteistyön onnistumiseen vaikuttaa muun muassa se, kuinka hyvin yritykset täydentävät toisiaan ja kuinka paljon ne antavat lisäarvoa toistensa bisnesidealle. Tavoite ja päämäärä tulisi olla yhteinen ja johtaa molempien osapuolten menestykseen. On kuitenkin tärkeää sopia vastuista ja aikatauluista, jotta yhteistyö sujuu luontevasti. (Sounio 2010, 68, 72.)

Markkinointia kehittävä yhteistyö suoritetaan yhteisiä resursseja hyödyntäen. Yhteismarkkinointia voisi suppeimmillaan olla vaikkapa yhteisen messuosaston hankkiminen. Yritykset voivat myös toteuttaa yhteisen tuote- tai palvelupaketin, jossa hyödynnetään molempien osapuolien tarjontaa. Tällaista pakettia voidaan joko myydä omana kokoonpanonaan erillään yritysten omasta tarjonnasta tai yhteisenä tuotteistona. Erillinen kokoonpano saattaa usein vaatia suurempia resursseja, mutta uudenkin tuotemerkin lanseeraus välillä kannattaa. (Saarnilehto ym. 2013, 33.)

Kotlerin ja Kellerin (2012, 366) mukaan päähyöty yhteistyöbrändillä on tuotteen asettuminen useamman brändin markkina-alueelle. Yhteistyöllä tavoitetaan tutut ostovoimat, mutta samalla yritys saavuttaa uusia asiakkaita ja ostokanavia. Tuotteen tai palvelun lanseerauskulutkin ovat usein pienempiä, sillä kulut jaetaan kahden tai useampaan osaan. Lisäksi tunnettavuus nousee kaksinkertaiseksi, ottaen huomioon molempien brändin valmiin kuuluisuuden.

3.2 Yhteistyön aloitus

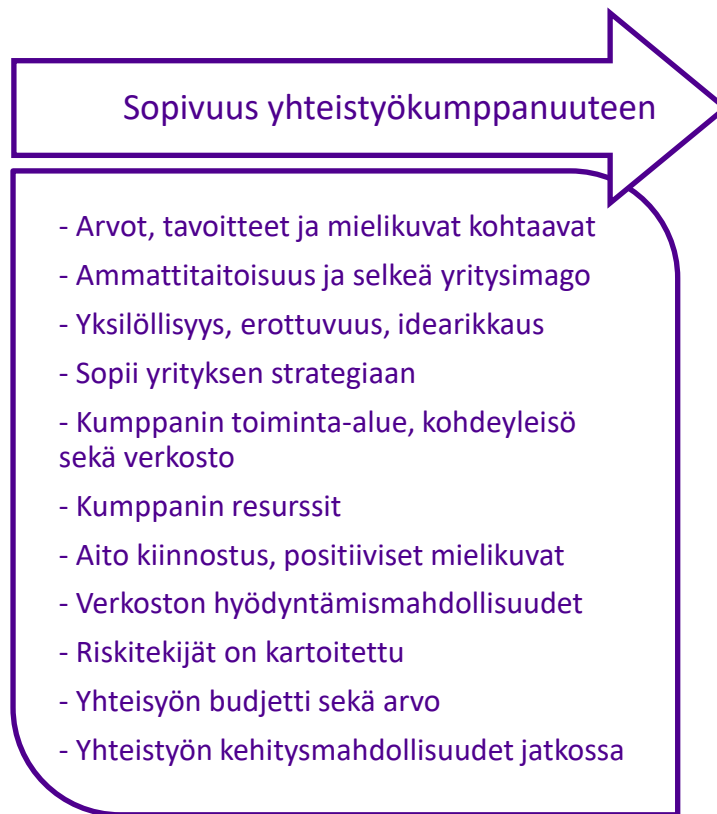
Kumppanuus saattaa olla juuri oikea ratkaisu yrityksen erilaisiin tarpeisiin. Yhteistyötä suunnitellessa täytyy ensin linjata, mitä yhteistyöltä haetaan ja miksi. Minkälaisia tuloksia lopulta odotetaan? Yhteistyöllä saatetaan haluta kasvattaa yrityksen imagoa ja tunnettavuutta. Yhdistämällä asiakkaalle tärkeitä arvoja yhdeksi, voidaan erottautua kilpailijoista positiivisella tavalla ja vahvistaa samalla omaa markkina-asemaa. Yritys voi myös haluta kehittää jo olemassa olevia tuotteitaan/palveluitaan tai luoda kokonaan uusia. Tähän toinen yritys voi innovaatioillaan ja raikkaila ideoillaan tuoda uutta pontta. Asiakkaat ottavat yleensä uudet yhteistyöt innolla vastaan. Heille yhteistyöt näkyvät pääosin parempana palveluna. On kuitenkin oltava tarkkana kumppanin valinnan kanssa, ettei asiakkaille tärkeät arvot kärsi. (Valanko 2010, 115.)

Yritysyhteistyö lähtee liikenteeseen yrityksen oman tahtotilan sekä tavoitteiden kartoittamisesta. Alussa yrityksen on hyvä luoda oma markkinakatsaus. Yrityksen johdon on tutustuttava itseensä, jotta se tietää tarkalleen mitä sillä on tarjota yhteistyön vastapuolelle. Mitä yhteistyöltä haetaan, millaisia resursseja itseltä löytyy

ja mikä on juuri se oma valttikortti, jota toinen osapuoli kaipaa? Suunnitellessa on kirkastettava myös lopullinen tavoite. Kepan yritysysteistyöoppaassa (2011, 12) hyvän tavoitteen periaatteet on tiivistetty viiteen osaan. Hyvä tavoite on siis: konkreettinen ja selvästi määritelty, mitattavissa, asianomaisten hyväksyttävissä, realistinen sekä aikaan sidottu. Toimivassa yhteistyössä osapuolilta löytyy yhteinen intressi, ja kaikki pääsevät toteuttamaan itseään osaamisalueillaan parhaan tuloksen luomiseksi.

Yhteistyössä on hyvä ottaa huomioon asiakaslähtöinen ajattelu. Yrityksen on tunnettava asiakkaansa, tai tutustuttava potentiaalsiin asiakkaisiin. On selvitettävä millaiset arvot ovat tavoitelluille asiakkaille tärkeitä. Yrityksen täytyy kehittää toimintaansa arvon mukaan ja pitää huoli, että viesti yrityksen kannattamista arvoista tavoittaa asiakkaan. Kaikki lähtee siis strategisen markkinoinnin päätöksestä. On pohdittava millaisella yhteistyöllä arvot saisi kohdalleen ja millaiset päätökset saisivat yrityksen erottumaan kilpailijoista ja asiakkaat huomaamaan yrityksen erilaisuuden. (Vuokko 2003, 24.)

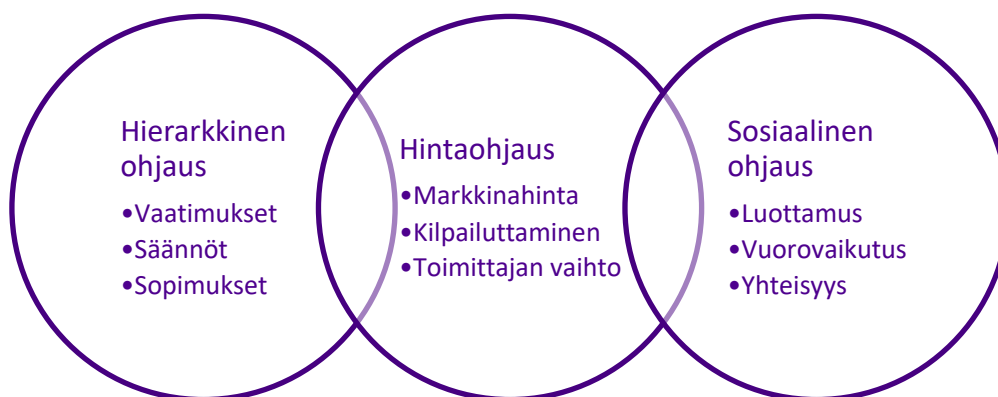
Kumppanuussuhdetta muodostettaessa on kartoitettava, onko mahdollinen yhteistyökumppani sopiva toimivaan kumppanuuteen (kuvio 3). Molemmilla osapuolilla tulisi olla sekä motivaatiota että kykyä luoda erilaista ajattelua ja tietoa molemmille. Mahdollista kumppania arvioidessa luodaan kohdeanalyysi sillä tulevan kumppanin sopivuus yhteistyöhön kannattaa arvioida hyvin yrityksen omalta kannalta. Toista yritystä ei tietenkään voi täysin arvioida etukäteen, vaan tutkimustyötä tehdään vielä neuvottelujen ollessa käynnissä. (Valanko 2010, 102.)



KUVIO 3. Sopivuus yhteistyökumppanuuteen (mukaillen Valanko 2010, 102)

Toimivan yhteistyön on oltava alusta asti läpinäkyvää. Osapuolien tulee olla mukana rehellisesti ja kommunikointiin tulisi panostaa. Molempien tulee voida luottaa toisiinsa koko suhteen ajan. Kokonaisvaltainen sitoutuminen, kommunikointi ja osapuolien osallistuminen luovat tasapainoista yhteistyötä. Molempien antaessa aikaa sekä ammattitaitoa suhteelle sekä keskustellessa avoimesti havaitsemistaan ongelmista, myös yhteinen toiminta kehittyy. Niin harkitut, kuin spontaanitkin kehittämisehdotukset vievät asioita eteenpäin. Yrityksellä, kuten työntekijöilläkin, tulee olla yhteinen ymmärrys tavoitteista ja periaatteista. Aito halu tuloksellisuuteen tulee kummuta jo työntekijöiden tasolta. Työntekijöiden motivoimiseen kannattaa siis panostaa. (Valanko 2010, 107.)

Jotta kumppanuusverkostot yltävät parhaimpaansa, on molempien yritysten johdettava toimintaa. Kuviossa 4 on eritelty kolme verkoston ohjausmekanismia. Nämä kolme mekanismia ovat kuitenkin osin ristiriidassa toistensa kanssa. Yritysjohdon on siksi tunnettava mekanismit ja osattava hyödyntää niitä oikeassa tilanteessa oikein. (Saarnilehto, Vesalainen & Annola 2013, 90.)



KUVIO 4. Verkoston kolme ohjausmekanismia (Saarnilehto, Vesalainen & Annola 2013, 90)

Hierarkkinen ohjaus keskittyy lähinnä sopimuksiin sekä sääntöihin. Paras keino ratkaista mahdollisia ristiriitoja, on luoda kirjallinen sopimus osapuolten välillä. Erimielisyyksien syntyessä on helppo palata allekirjoitetun sopimuksen puoleen ja selvittää sieltä käsin tilannetta. Hierarkkisessa ohjauksessa pyritään kontrolloimaan ja kehittämään sidoskumppaneita sekä toimintatapoja. Siinä myös luodaan tavoitteita niin itselle kuin kumppaneillekin. (Saarnilehto, Vesalainen & Annola 2013, 92.)

Hinta- eli markkinaohjauksessa pyritään vaikuttamaan markkinatilanteeseen hinnan sekä kilpailutuksen keinoin. Samaan kastiin kuuluu kuitenkin myös omien strategioiden ja päätösten julkistaminen. Tällaisista julkilausumoista voi olla hyötyä neuvottelutilanteissa. (Saarnilehto, Vesalainen & Annola 2013, 93.)

Sosiaalinen ohjaus perustuu kolmen tekijän vuorovaikutukseen: luottamuksen, vuorovaikutuksen sekä yhteisyyden. Näistä kolmesta osasta muodostuu kehä, jossa jokainen elementti ruokkii toistaan – tai vastavuoroisesti tukahduttaa. Hyvät sosiaaliset taidot tehostavat yritysten välistä toimintaa. (Saarnilehto, Vesalainen & Annola 2013, 94.)

3.3 Kumppanuuden tavoitteet ja riskit

Markkinoinnin tavoitteet voidaan jakaa karkeasti kolmeen tasoon (taulukko 2). Tasolla yksi on uusasiakashankinta, niin sanottu kertamyyntimarkkinointi. Asiakasta lähestytään siis mainoskampanjoiden ja hintakilpailun keinoin, kosiskellen

tätä asiakkaaksi kuitenkin sen kummemmin tätä sitouttamatta. Mikäli asiakkaita halutaan kosiskella kanta-asiakkaiksi, tulisi asiakaspalveluun ja vuorovaikutukseen panostaa. Tässä niin sanotussa vuorovaikutteisessa markkinoinnissa keskitytään asiakkaisiin, jotta saataisiin heidät ostamaan tietyt tuotteet tai palvelut juuri kyseisestä yrityksestä. Grönroos kuitenkin muistuttaa, ettei kanta-asiakkuus kuitenkaan johdu aina yrityksen toiminnasta. Joskus ostoskäyttäytyminen johtuu esimerkiksi vaihtoehtojen puutteesta eikä niinkään uskollisuudesta. Jos edukaampi tai palvelultaan parempi kilpailija tavoittaa asiakkaan, asiakas siirtyy käyttämään kilpailijan palveluita. Yrityksen halutessa todella sitouttaa asiakkaansa, on sen pyrittävä markkinoinnissaan viimeiselle tasolle. Tällöin asiakas luottaa yritykseen ja käy epätodennäköisemmin muiden tuotteiden- tai palveluntarjoajien luona. Asiakkaaseen on luotu tunneside, joka kestää. (Grönroos 2009, 318.)

TAULUKKO 2. Markkinoinnin tavoitteet ja asiakkaan sitoutumisen tasot (Grönroos 2009, 318)

Taso	Markkinoinnin tavoite	Asiakassitoutuminen
Taso 1: asiakashankinta	Saada asiakkaat valitsemaan yrityksen tarjoomat (tuotteet, palvelut).	Koeosto
Taso 2: asiakkaiden säilyttäminen	Saada asiakkaat tyytyväiseksi ostamaansa, jotta he ostavat toistekin.	Osuus ”asiakkaan lompakosta”
Taso 3: asiakkuuden kasvattaminen	Solmia luottamukseen perustuva suhde ja tunneside asiakkaisiin, jotta he kokevat sitoutuvansa yritykseen ja asioivat siellä jatkuvasti.	Osuus myös ”asiakkaan sydäimestä ja ajatuksista”

Yhteistyössä voidaan hyödyntää asiantuntijoita ja kouluttajia. Näin saadaan uutta virtaa oman yrityksen työntekijöihin. Oman organisaation työilmapiiri, sitouttaminen ja aktivointi kehittyy, kun motivaatio ja osaaminen kasvaa. Työnantajamaine tulevaisuuden työnantajana kasvaa, jos yritys katsoo pidemmälle tulevaisuuteen unohtamatta kuitenkin nykyhetkeä. (Valanko 2010, 116.)

Yrityksen on varauduttava myös mahdollisiin takaiskuihin. On olemassa uhka, ettei yhteistyö sovikaan halutulla tavalla. Yhteistyöt tuovat aina mukanaan riskejä. Yhteistyöbrändeille muodostuu suuremmat paineet, sillä kuluttaja odottaa todennäköisesti tällaiselta kumppanuudelta korkeampaa laatua kuin tavallisesti. (Kotler

& Keller, 2012, 367). Jokaiseen yhteistyöhön tulisi keskittyä – toisen yrityksen saadessa huonoa julkisuutta, myös toinen osapuoli kärsii. On elintärkeää arvioida osapuolien brändi, imago sekä yhteensopivuus, jottei lopputulos pääse vahingoittamaan. Brändin kehitys vie aikaa, eikä hyvää mainetta kannata heittää hukkaan.

Hakanen, Heinonen ja Sipilä (2007, 180) listaavat kirjassaan muutamia riskejä, joita verkostosuhteet saattavat tuoda tullessaan. Yritys saattaa menettää itsenäisyytensä, eikä kykene enää toimimaan omillaan. Yrityksen salaisuudet ja erikoisosaamiset paljastuvat epäonnistuneen yhteistyön vuoksi, tai vaihtoehtoisesti avainhenkilöitä menetetään kumppaniyritykselle. Tämä saattaa vahingoittaa paljoltikin yrityksen kilpailukykyä. Yhteistyö saattaa vaatia uusia investointeja, jotka eivät lopulta kannatakaan. Tällaisia investointeja saattavat olla esimerkiksi henkilöstön palkkaus, koneiston ja laitteiston hankinta, markkinointi. Hankinnat voivat olla täysin turhia, jos verkosto kaatuu.

Suurimmat riskit syntyvät yhteistyön aloittamisessa ja toiminnassa. Huonosti suunniteltu strategia, kumppanin epäsovivuus sekä huono johtaminen ovat perussyitä epäonnistumiselle. Riskejä voidaan kuitenkin aina pienentää. Asiat tulee sopia kirjallisesti, pelkkiin suullisiin lupauksiin ei tule luottaa. Sopimuksessa tulisi mainita myös siitä, kuinka yhteistyöstä pääsee eroon, jos toiminta ei jostain syystä tyydytä. Johdon osuus riskien hallinnassa on oleellinen: johdon tehtävänä on määrittää kumppanuussuhteen toiminta-alue selkeästi, huolehtia laadun seuraamisesta sekä kehittää strategiaa ja toimintatapoja eteenpäin. On huolehdittava myös yhteisistä tietokannoista, niiden toimivuudesta sekä siitä, että tietokannoissa olevat tiedot on suojattu. Yhteistyön suhteita tulisi rakentaa ja vaalia jokaisella organisaatiotasolla. Motivaatio ja menestys alkavat omasta organisaatiosta: johtotason tukema ja kannustama henkilöstö lisää onnistumismahdollisuuksia. (Hakanen, Heinonen & Sipilä 2007, 181.)

Vaikka suhde toimisi hyvin, voi sen irtisanomisella olla etuja. Väljähtänyt yhteistyö ei ehkä kannata enää hedelmää samalla tavalla. Yhteistyötä ei kuitenkaan kannata katkaista hetken mielijohteen vuoksi, sillä se saattaa tulla kalliiksi, kun yhteistyöhön suunnatut resurssit valuvat hukkaan. Lisäksi uuden kumppanin etsintään ja koulumiseen kuluu aikaa. (Gummesson 2004, 48.)

3.4 Tulosten mittaaminen

Jotta yritys tietäisi, kuinka yhteistyö on sujunut, on tuloksia hyvä tutkia ja mitata. Yritysten toimintastrategian mukaan luodun tutkimuksen on oltava kattava ja selkeä siten, että tutkimustuloksia voidaan konkreettisesti hyödyntää tulevilla strategisissa päätöksissä. Hollannin ja Kosken (2007, 59) mukaan tavoitteiden seuraamisen helppoutta tulisi miettiä jo markkinointitavoitteita suunnitellessa. Toimenpiteiden tuloksia pitäisi seurata vähintään kampanjatasolla, jotta yritys pysyy perässä alati muuttuvissa markkinoissa. Useimmiten yritykset keskittyvät tuloksissaan määrällisiin tuloksiin, kuten rahavirtaan sekä asiakkaiden lukumäärään. Vähemmälle huomiolle jäävät hankalammin tutkittavat laadulliset tulokset, kuten mielikuvat sekä brändin kehitys. Näiden seurantaan helpottaa selkeästi luodut tavoitteet markkinointikampanjan alussa sekä ajoittaiset asiakas- ja suhdetyytyväisyyskyselyt.

Valanko (2009, 174) käsittelee kirjassaan sponsoritoimintaa. Valanko listaa toiminnan onnistumisen mittareita, joita voidaan hyödyntää yhteistyön laadullisessa arvioinnissa. Yrityksellä on useampia tapoja mitata sponsoritoiminnan onnistumista. Näistä muutamia ovat esimerkiksi yrityskuva- ja bränditutkimukset, erilaiset näkyvyys ja markkinaosuusraportit, tavoitettujen ja saavutettujen kontaktien määrä sekä henkilöstö- ja asiakaskyselyt ja palautteet. Lopputuloksen arvioinnissa ei kuitenkaan välttämättä arvioida pelkästään asetettujen tavoitteiden toteutumista: usein yhteistyöstä syntyy lisäetuja, joita ei ennakolta pystytty tai osattu odottaa.

Markkinointitutkimusta tehtäessä on huomioitava, että tulosten tulkinnan tulee olla objektiivista. Tutkimus olisikin mahdollisesti parasta teettää ulkopuolisella yrityksellä, jotta tulkinta tapahtuisi puolueettomasti ja luotettavasti. Ulkopuolinen taho saattaa myös keskittyä tarkemmin yrityksen kannalta keskeisiin seikkoihin, sillä omassa organisaatiossa saattaa esiintyä sokeita pisteitä. (Hollanti & Koski 2007, 61.)

Palvelun laatua mitatessa nousee esiin validiteetti- eli pätevyysongelmia. Validiteettiongelmia syntyy yleensä, kun tutkimuskysymyksissä painotetaan enemmän

odotuksia, tunnetiloja tai vertailuja. Yleisimpiä ongelmia odotus- ja kokemusvertailussa syntyy Grönroosin (2009, 118) mukaan odotusten mittauksessa joko palvelun aikana tai heti sen jälkeen. Tutkimustulokset vääristyvät usein, mikäli vastaajat sekoittavat ennakko-odotuksensa sekä kokemuksensa palvelun aikana. Vertailuja ei kuitenkaan suositella tehtävän ennakkoon: vertailukohtana tulisi käyttää todellisia, muuttuneita odotuksia, jotta laadun kokemisesta saataisiin kehitysmateriaalia.

4 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTTAMISMENETELMÄ

4.1 Projektinhallinta ja johtaminen

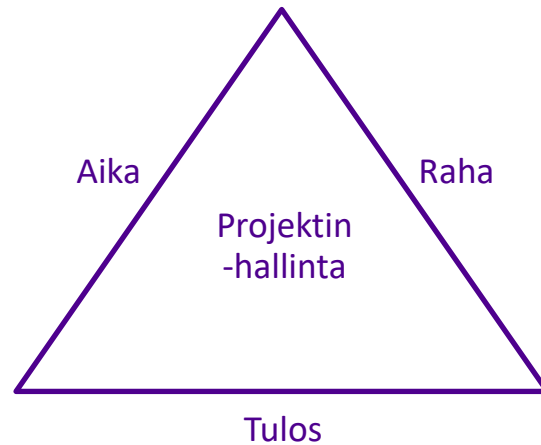
Projekti-käsitteellä tarkoitetaan kertaluontoista työtä, jossa pohjana on ratkaisukeskeinen ajattelu. Projekteille yhteistä on, että niillä on yksi päämäärä, joka tulee toteuttaa ennalta määrätyssä ajassa, määrätyllä budjetilla siten, että tulos savutetaan tiettyjen toiveiden mukaisesti. Mikko Mäntyneva (2016, 9-13) listaa Hallittu Projekti -kirjassaan projekteille tunnusomaisia piirteitä:

Projektin tunnusomaiset piirteet	Projekti koostuu väliaikaisista aktiviteeteista, jotka on ajoitettu
	Projektilla on selkeä tavoite
	Projektin aktiviteetit edistävät projektin tavoitetta
	Projektissa on käytössä rajalliset resurssit
	Projektipäällikkö koordinoi projektin eri aktiviteetteja
	Projektin lopputuotoksen saavuttamiseen liittyy riski.

LUETTELO 1. Projektin tunnusomaiset piirteet. (Mäntyneva 2016, 9)

Projektin laajuus ja luonne vaikuttavat suoraan projektiorganisaation rakentamiseen. Mäntynevan (2016) mukaan ideaalein organisaatio syntyy, kun sen jäsenet ovat sitoutuneita projektiin ja ovat valmiita työskentelemään sille asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Aina onnistumiselle ei siis ole ehtona se, että organisaation jäsenet olisivat kivenkovia ammattilaisia, jotka omaavat laajat suhdeverkostot ja vuosien tietotaidon. Motivaatio ja sitoutuneisuus ovat tässäkin suhteessa merkittävimpiä tekijöitä.

Projekti kuvataan usein kolmiona (kuvio 5). Kolmion sivuilla ovat tärkeimmät osa-alueet, eli aika, raha sekä tulos. Projektinhallinnassa pallootellaan näiden kolmen osa-alueen välillä. Projektin tulisivin olla näiden suhteen tasapainossa: mikäli esimerkiksi budjettia kiristetään, kärsii usein työn laatu samassa suhteessa. Jos projekti taas venyy aikataulullisesti suunniteltua pidempään, vaikuttaa se myös kulujen määrään kasvavasti. (Pelin 1991, 13-14.)



KUVIO 5. Projektinhallintakolmio (Pelin 1991, 14).

Suuremmassa projektiorganisaatiossa on useampia organisaation tehtäviä. Projektille löytyy usein projektin asettaja, joka huolehtii rahoituksesta sekä resursseista. Asettaja on yleisimmin projektin tilaaja. Suuremmissa projekteissa on lisäksi ohjausryhmä, joka nimensä mukaisesti ohjaa ja valvoo projektin valmistumista. Ohjausryhmän tehtävänä on tukea projektipäällikköä päätöksissä ja hyväksyä lopulta projektin tulokset.

Näkyvimmissä roolissa on kuitenkin projektipäällikkö. Projektipäälliköllä on usein monia erilaisia työrooleja. Hän toimii projektin vetäjänä, usein esimiesasemassa projektiryhmän jäseniin verrattuna. Päälliköltä myös odotetaan asiantuntijan roolia. Hän toimii lisäksi neuvottelijana sekä tiedottajana niin asiakkaiden, kuin projektin ylemmän tahon suuntaan. (Mäntyneva 2016, 31-37.)

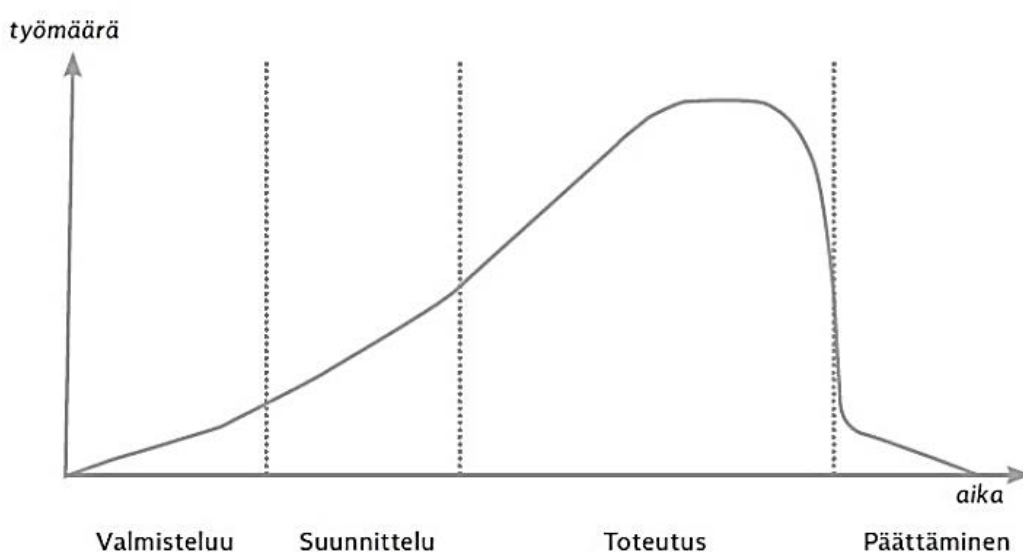
Päällikön tärkeimpänä tehtävänä on ohjata toimintaa tavoitteiden suuntaisesti sekä paloitella tavoitteita pienempiin, helpommin saavutettaviin osiin. Projektipäällikön vastuulle kuuluu esimerkiksi projektisuunnitelman laatiminen. Hän käynnistää projektin, kohdentaa tehtävät ryhmän jäsenille ja ohjeistaa heitä tehtävissään. Projektin päätyttyä hän laatii loppuraportin ja arvioi työn onnistumista. (Mäntyneva 2016, 31-37.)

Haasteita projektipäällikön työlle luovat aikataulussa sekä budjetissa pysyminen sekä itse tavoitteiden saavuttaminen. Lisäksi henkilökemiat ja työryhmän ohjaus tuovat työhön omat hankaluutensa. Työryhmän jäsenille tulisi luoda selkeä kuva

näiden omista työtehtävistään ja saada heidät ymmärtämään projektin pohjimmainen tarkoitus. Työmäärä tulisi jakaa jäsenille tasapuolisesti siten, etteivät työntekijät kuormitu liikaa. (Pelin 2009, 41.) Projektipäälliköllä saattaa itsellään olla liian positiivinen kuva henkilöstön osaamisesta sekä resurssien riittävästä. Tällainen voimavarojen yliarvioiminen johtaa heikentyneeseen tulokseen verrattaessa projektipäällikön tekemään projektisuunnitelmaan. Näitä ongelmia pystytään kuitenkin minimoimaan jo projektin alussa. Muun muassa henkilöstön koulutuksella sekä yhteisesti sovitulla pelisäännöllä on suuri merkitys koko projektiyhteisön hyvinvoinnille.

4.2 Projektin vaiheistus

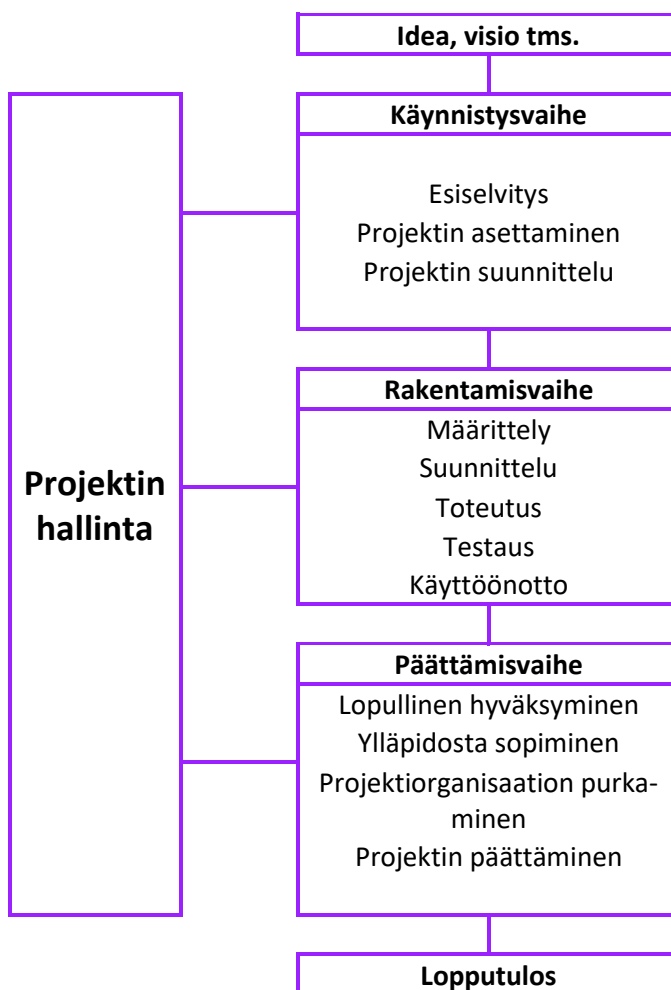
Yksinkertaisimmillaan projektin elinkaari voidaan jakaa neljään osioon. Jokaisella loppuun viedyllä projektilla on aloitusajankohta sekä päätös. Erilaiset projektit vievät eriävissä määrin aikaa. Jokin projekti saattaa viedä vuosia, kun sitä valmistellaan. Mikään projekti ei ole täysin identtinen toisen kanssa, ja jokaisella projektilla on oma elinkaarensa. Projektijohtajan kannalta on erinomaisen tärkeää hahmottaa projektin eri vaiheet projektin onnistumisen sekä riskienhallinnan vuoksi. (Ruuska 2012, 33.)



KUVIO 6. Esimerkki projektin elinkaaren vaiheista ja työmäärästä. (Mäntyneva 2016, 15)

Projektissa kauimmin kestävä vaihe on yleisimmin toteutus- eli rakennusvaihe (kuvio 6). Silloin työmääränkin tulisi olla suurempi kuin projektin muissa vaiheissa. Työmäärän tulisi laskea huomattavasti projektin loppua kohden, jotta projekti voidaan selkeästi viedä päätökseen. (Mäntyneva 2016, 15.)

Ruuskan (2012, 34) luomassa kuviossa (kuvio 7) osoitetaan selkeästi projektin elinkaari. Projekti käynnistyy aina tarpeen, idean tai vision pohjalta. Tarve voi syntyä esimerkiksi markkinatilanteen muutoksesta. Tällainen tarve yksinään ei kuitenkaan vielä riitä. Usein hyväkään projekti-idea ei saa tuulta alleen, ellei sitä vie eteenpäin motivoituneet ihmiset.



KUVIO 7. Projektin elinkaari (Ruuska 2012, 34)

Projektinhallinta kulkee projektin ohella käynnistyksestä päättämisvaiheeseen. Tällöin projektipäälliköllä on vastuu siitä, että alkuperäinen idea tai visio näkyy myös lopputuloksessa.

4.2.1 Käynnistysvaihe

Projektissa tärkeäksi vaiheeksi muodostuu valmistelu ja huolella toteutettuna se helpottaa paljoltikin varsinaista suunnittelua. Alustavan valmistelun sekä esitutkimuksen jälkeen projektin asettaja pohtii, syntyykö ideasta tarpeeksi kattava pohja projektille. (Mäntyneva 2016, 16; Ruuska 2012, 35-37.)

Valmistelun jälkeen aloitetaan projektin varsinainen suunnittelu. Alussa projektista luodaan projektisuunnitelma, jossa hahmotellaan mahdollisimman selkeästi projektin luonne, tavoitteet sekä sen saavuttamistavat. Suunnitelmassa tulisikin Mäntynevan (2016, 47-48) mukaan olla vähintään:

1. *Projektin tuotokset*
2. *Projektin tehtävät*
3. *Vastuunjako tehtävittäin*
4. *Projektin aikataulutus*
5. *Projektin budjetti*

Tässä vaiheessa projektille asetetaan yksityiskohtaiset tavoitteet sekä rajoitukset. Parasta tulosta ei välttämättä saavuteta ensimmäistä suunnitelmaa hyödyntämällä; siksi suunnitellessa tuleekin käydä läpi erilaisia skenaarioita ja ehdotelmia. Esitetyistä ratkaisuista tulee valita lopullinen strategia, joka palvelee projektia niin aikataulullisesti, taloudellisesti kuin arvollisestikin parhaiten. Samalla kartoitetaan projektiin liittyviä riskejä ja suoritetaan riskienhallintaa. Jo alkuvaiheessa on hyvä varautua takaiskujen varalle ja sopia toimintatavoista. (Mäntyneva 2016, 16.)

Suunnitteluun käytettävä aika on projektikohtainen, mutta siihen tulisi kuitenkin panostaa. Vanhaa sananlaskua hyödyntäen: hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Huonosta suunnittelusta koituu usein ongelmia. Projektiin ei esimerkiksi haluta tai jakseta sitoutua, jos sitä ei ole vaivauduttu suunnittelemaan. Projektin toteutuskin saattaa mennä päin mäntyä, kun kokonaisuutta ja lopullisia tavoitteita ei ole kartoitettu. (Mäntyneva 2016, 43.)

4.2.2 Rakentamisvaihe

Projektia toteutettaessa pyritään noudattamaan tehtyä suunnitelmaa mahdollisimman kurinalaisesti. Alkuvaiheessa ei voida ennakoida kaikkia projektin aikana syntyviä riskejä tai muutoksia. Mikäli huomataan, että projektisuunnitelma kaipaa muutoksia, tehdään muutokset mahdollisimman jouhevasti. Niin projektin etenemistä kuin resurssien käyttöäkin tulisi seurata aktiivisesti, verraten näitä suunniteltuihin arvoihin. (Mäntyneva 2016, 17; Ruuska 2012; 244-245.)

Rakentamisvaiheessa projektipäällikön sekä muun johdon osaaminen korostuu. Projektissa on tällöin monta liikkuvaa osaa ja niiden hahmottaminen, hallinta sekä johtaminen vaatii hyviä johtamistaitoja. Rakentamisvaihe onkin projektin näkyvin sekä pitkäkestoisin vaihe. (Mäntyneva 2016, 17.)

Aikataulun hallinnassa voidaan hyödyntää erilaisia tekniikoita. Usein projekteissa hyödynnetään janakaaviota, eli Gantt-kaaviota. Sama kaavio voidaan yksinkertaistaa Microsoft Excelillä. Janakaavion etuina ovat selkeys sekä helppolukuisuus. Janakaaviossa työvaiheet sijoitetaan allekkain kaavion reunaan. Yläosassa kulkee projektin aikajana. (Pelin 2009, 129). Esimerkkinä tällaisesta kaaviosta toimii OVV-malliston projektissa toteutettu Gantt-kaavio (liite 1).

4.2.3 Päättämisyvaihe ja lopputulos

Kun projekti on saatu tuotoksen osalta valmiiksi, voidaan projektista toteuttaa tiivis loppuraportti. Raportista on käytävä ilmi, kuinka projekti toteutettiin, ja miten se eteni verrattaessa alussa tehtyyn suunnitelmaan. Dokumentti on hyvä tehdä myös pienemmissä projekteissa, sillä se edesauttaa oppimista. Raportista on hyvä tarkastaa, mikä projektissa onnistui, mikä ei, ja miten lopputulemaan päädyttiin. (Mäntyneva 2016, 17.)

Pelinin (2009, 37) mukaan projekti on onnistunut silloin, kun se on saavuttanut sille asetetut tavoitteet määräajassa, asetetun budjetin mukaisesti. Projektin onnistumista voidaan kuitenkin mitata myös johtamisen sekä työhyvinvoinnin näkökulmasta, suorittamalla esimerkiksi haastattelu projektin jäsenille tai asiakkaalle.

5 OVV-MALLISTO

5.1 Malliston toteutus yhteistyöprojektina

Yritysyhteistyöprojekti käynnistettiin OVV Asuntopalvelut Tampereen ja RTV-Yhtymän välillä vuoden 2019 aikana. Projekti toteutettiin alansa ammattilaisten: välityksellisen sekä remontointialan ammattilaisten yhteistyönä.

Ensimmäinen kontakti yritysten välillä tapahtui OVV Asuntopalveluiden yhteistyökumppaneiden yhteisessä asiakastilaisuudessa OVV Asuntopalveluiden Tampereen toimistolla 16.3.2019. Yhteistyöidea lähti liikenteeseen keskustelusta, jossa todettiin yhteinen kiinnostus remonttimallistoa kohtaan. Molemmilla osapuolilla oli innostus toteuttaa uutta yhteistyötä, sillä onnistunut suhde lisäisi positiivista myynnin ja markkinoinnin kehitystä molemmilla yrityksillä. RTV:llä oli jo valmiina kokemusta vuokra-alan yritysten kanssa yhteistyöstä, joten kumppanuussuhteen aloitus oli siltä osin helppoa.

Yhteensä projektiin kului kahdeksan ja puoli kuukautta ensikohtaamisesta projektin päättämiseen. Projektin aktiivinen vaihe kesti kuitenkin vain kolme kuukautta. Taulukosta 3 näkyy havainnollistavasti projektin eteneminen vaiheittain sekä toteutuneen aikataulun.

TAULUKKO 3. OVV-Mallisto – yhteistyöprojektin eteneminen

Projektiosio	Aikajakso	Liitteet
Lähtökohta ja esiselvitys	16.3.-27.8.2019	
- Ensikohtaaminen	16.3.2019	
- Ensimmäinen palaveri	5.8.2019	
Käynnistysvaihe	28.8.-10.10.2019	
- Projektipalaveri	28.8.2019	
- Projektin suunnittelu	28.8.-10.10.2019	
Rakentamisvaihe ja malliston luominen	11.10.-1.11.2019	Liite 2
- Palaveri RTV:n toimistolla	11.10.2019	
- Malliston toteutus	11.10.-30.10.2019	
- Projektipalaveri	14.10.2019	
- Markkinointimateriaalin luominen	15.10.-28.10.2019	Liite 2
- Markkinointi ja julkaisu	1.11.2019	
Projektin päättäminen	4.11.2019	

Taulukon lisäksi projektin aikataulutuksesta on luotu Gantt-kaavio (liite 1) selvittämään projektin etenemistä.

5.2 Yhteistyökumppani RTV-Yhtymä Oy

RTV-Yhtymä Oy, alkuperäiseltä nimeltään Riihimäen Tapetti ja Väri, perustettiin nimensä mukaisesti Riihimäelle vuonna 1951. Yritys toimii niin vähittäis-, kuin tukkukaupankin saralla, ollen Suomen johtava yksityisessä omistuksessa oleva maali- ja pintamateriaalituotteiden erikoisliike. Vuonna 2020 RTV-yhtymän toimipaikkoja on 36 kappaletta, 30:llä eri paikkakunnalla. Henkilöstä ketjulla on noin 600. RTV:n Tampereen sivutoimipaikka toimii Nekalassa. (RTV-Yhtymä 2020.)

RTV tarjoaa valikoimassaan merkittäviä kotimaisten valmistajien tuotteita. Lisäksi RTV on vuosien saatossa panostanut oman maahantuonnin kehittämiseen. Valikoima on kattava sekä laadullisesti korkeatasoinen. RTV onkin yksi Suomen merkittävimmistä tapettien maahantuojista. Yritys kehittää myös omia mallistojaan suomalaiseen makuun ja käyttötarpeisiin sopiviksi. Omat mallistot RTV:llä löytyvät muun muassa tapeteista, lattiapäällysteistä sekä laatoista. Ensiluokkaiset tuotteet, osaaminen sekä erinomainen valikoima ovat RTV:n liiketoiminnan kulmakiviä ja tavoitteita. (RTV-Yhtymä 2020.)

5.3 Lähtökohta ja esiselvitys

OVV-malliston idea syntyi visiosta, jossa mielikuvana oli OVV Asuntopalveluiden palvelukonseptin parantaminen. Ajatuksena oli olla yksi ensimmäisiä yksityisten vuokranantajien asuntoja välittäviä yrityksiä, jotka tarjoavat Suomen laajuista matkan kynnyksen remointipalvelua -mallistoa. Samalla haluttiin erottautua kilpailijoista.

Lisäksi tarkoituksena oli pienentää vuokranantajien kynnystä remontoida vuokra-asuntojaan - ja vastavuoroisesti luoda vuokralaisille mahdollisuus asumisolonsa kehittämiseen. Mallistosta kehitettiin sellainen, että sitä voi halutessaan

hyödyntää OVV Asuntopalveluiden franchising-ketjun muissakin yrityksissä, koko Suomen laajuisesti.

Halusimme toki myös parantaa vanhempien ja heikompikuntoisten asuntojen menekkiä. Uudiskohteiden korkea laatutaso on nostanut vuokralaisten vaatimustasoa, eikä mikä tahansa asunto mene enää vuokralle – ainakaan sellaisella vuokralla, minkä vuokranantaja asunnostaan haluaisi. Parempikuntoinen asunto lisää myös asukastyytyväisyyttä ja siten vähentää vaihtuvuutta.

5.4 Käynnistysvaihe

OVV-mallisto lähti liikenteeseen verkostoitumalla, jo voimassa olevan sponsorisuhteen kautta. Asiakastilaisuuden jälkeen malliston suunnittelu jäi tauolle, mutta elokuussa 2019 se koettiin OVV Asuntopalveluilla ajankohtaiseksi. Elokuun aikana lähetimmekin RTV:lle yhteydenottoa, olisiko keskustelussa vilautettu yhteistyö edelleen ajankohtainen.

Tavoitteenamme oli yhdistää RTV:n laadukkaat tuotteet sekä välitysliikkeen asiakkaat – vuokranantajat sekä vuokralaiset. RTV:n puolella oli lisäksi tarvetta remontoijareferensseille. Alan liikkeenä he eivät vastuun vuoksi uskalla suositella yksittäisiä tekijöitä. Huonot suositukset kolahtaisivat nopeasti myös RTV:n maineeseen. OVV Asuntopalveluilla kuitenkin löytyy muutamia hyväksi todettuja remontoijia, joten yhdistimme mallistoon myös palveluntuottajan, mikäli asiakas sellaista kaipailisi. Näin saimme mallistostamme entistä kattavamman ja palvelevamman.

Yhteistyö otti nopeasti tuulta alleen. Kahden viikon kuluttua valitsimme yrittäjämme, Päivi Ronkaisen kanssa mallistoon kuuluvia tuotteita. Halusimme valikoida vuokra-asuntoihin sopivia, kestäviä, mutta kohtuuhintaisia materiaaleja. Kävimme palaverissa RTV:n Nekalan toimipisteessä 11.10.2019. Tämän jälkeen pidimme Ronkaisen kanssa muutamia palavereita, jotta saimme projektia eteenpäin. Tavoitteenamme oli kuitenkin saada mallisto pikaisesti valmiiksi OVV Asuntopalveluiden 25-vuotisjuhlatilaisuuteen, jota oli tarkoitus juhlistaa kullakin toimistolla.

5.5 Rakentamisvaihe ja malliston luominen

Malliston tuotteiden valinnassa hyödynsimme RTV:n ammattilaisten mielipiteitä, jotta saimme asiakkaillemme parhaimman mahdollisen valikoiman. Mallistoon valittiin lopulta aikaa kestäviä perustuotteita asunnon pintaremontointiin.

OVV-mallistosta löytyy tapetteja, jotka sopivat useampaan makuun. Seinämaaliksi päätyivät Tikkurilan perusmaalit maanläheisissä, vaaleissa sävyissä. Seinäpintojen valintojen perusajatuksena oli se, että mallistosta valitsemalla asuntoon saataisiin trendien vaihdokset kestävä värimaailmat. Asuntoa ei siis tarvitsi remontoida jokainen kerta vuokralaisen vaihtuessa.

Lattiamateriaaleina päädyimme pitkäikäiseen ja helppohoitoisen vinyylilankkuun sekä suosittuun laminaattiin. Vinyylilankku on uuden ajan iskunkestävä lattiamateriaali, joka hiljaisuutensa ansioista sopii mainiosti kerrostaloasumiseen. Lisäksi vinyylilankku on vedenkestävä, eli sen voi huoletta asentaa lapsiperheeseen. Vinyylilankkun lisäksi päädyttiin edukkaampaan laminaattiin. Laminaattilattia kestää myös kulutusta ja on oikein hoidettuna erittäin pitkäikäinen. Laminaateissa löytyy kulutuskesävyysluokkaa laidasta laitaan ja hinta määräytyykin loppupeleissä lattian ominaisuuksien mukaan. Pinta ei naarmuunnu helposti, mutta vinyylilankusta poiketen laminaatti vaati huolellisempaa hoitoa. Mallistosta jätettiin tarkoituksella pois parketti, joka on hintaluokassaan korkeammalla ja vaatii tarkempaa hoitoa oikein välinein. (Seilistö 2019.)

OVV-mallistossa haluttiin kannustaa myös kylpyhuoneremontteihin. Malliston seinä- ja lattialaatat ovat moderneja, värimaailmaltaan hillittyjä. Värit vaihtelevat valkoisesta mustaan sekä ruskeaan.

Mallistohintaisten tuotteiden lisäksi RTV tarjoaa asiakkaille myös ilmaista suunnittelupalvelua. Tämä palvelu auttaa asiakasta näkemään esimerkiksi kylpyhuoneen mahdollisuudet eri valossa. Suunnittelupalvelulla on helpompi havainnollistaa, millaiset materiaalivalinnat ja sisustusratkaisut sopisivat päivitystä kaipaaviin tiloihin. (Seilistö 2019.)

Koska mallistosta haluttiin asiakkaille suurin mahdollinen hyöty, ei RTV:n hintojen päälle laskettu OVV Asuntopalveluille lisäkatetta. Näin asiakkaat saavat tuotteet oikeasti edullisin hinnoin. Tuotteet sekä alennukset ovat saatavilla kaikissa RTV:n toimipisteissä.

5.5.1 Markkinointi ja julkaisu

OVV-mallisto julkaistiin OVV Asuntopalveluiden 25-vuotisjuhlatilaisuudessa 1.11.2019. RTV:n edustajana toimi Anita Seilistö. Hän esitteli tilaisuuden ajan mallistoon kuuluvia ajanmukaisia ja kestäviä materiaaleja.

Marraskuussa 2019 loin Canva-ohjelmalla OVV-mallistosta esitteen (liite 2), jota käytetään malliston markkinoinnissa. Esite on jaettavissa sähköisessä sekä toimistolla tulostetussa muodossa. Esitteessä on mallikuvat kustakin malliston osasta. Lisäksi siinä on selkeästi esitelty asiakkaan hinnat. Maaleista hinnat uupuvat, sillä emme ehtineet saada RTV:ltä kyseisten maalien hintatietoja. Esitteestä luotiin myöhemmin lisäksi laajakuvaversio, jota hyödynnettiin toimiston näyteikkunan televisiomarkkinoinnissa. Mallistoa ei markkinoida toimiston ulkopuolisissa medioissa.

Saimme valituista materiaaleista OVV Asuntopalveluiden toimistolle kaksi tapetikirjaa, laminaatti- ja vinyylivaihtoehtot sekä kaakelitaulut. Näin asiakkaan on toimistolla asioidessaan helppo huomata malliston olemassaolo. Materiaaleilla saadaan heräteltyä ajatusta myös sellaisissa vuokranantajissa, jotka eivät välttämättä muutoin olisi asuntoaan päivittämässä. Vuokranantaja tai vuokralainen voi heti toimistolla valita mitä tehdä vuokra-asuntonsa. Vaihtoehtoisesti hän saa toimistolta mukaansa esitteen, johon voi tutustua kodin rauhassa.

5.5.2 Mallisto käytännössä

Käytännössä mallisto kiertää OVV Asuntopalveluiden kautta. OVV Asuntopalvelut ilmoittaa asiakkaan valitsemaan RTV:n toimipisteeseen asiakkaan tulosta. Mi-

käli asiakas on jo päättänyt millaisia materiaaleja ja kuinka paljon hän niitä haluaa, voidaan hänelle jo tässä vaiheessa varata tuotteet noutoa varten. Asiakas voi myös vierailta RTV:llä itsenäisesti, mutta tällöin hänellä on oltava tiedossa hinnat sekä mallistoon kuuluvat tuotteet, esimerkiksi esitteen muodossa.

Mallisto helpottaa remontointia myös siinä tapauksessa, jos vuokralainen haluaa itse piristää huoneiston ilmettä. Vuokranantajan kanssa voidaan sopia summa, jolla vuokralainen voi hakea tarvikkeita. Lasku voidaan tällöin osoittaa joko suoraan vuokranantajalle tai kierrättää se OVV Asuntopalveluiden kautta. OVV Asuntopalveluille avattiin juuri tällaisia tilanteita varten oma asiakastili, jolloin vuokranantajan ei välttämättä tarvitse maksaa ostoksiaan paikan päällä. Vaihtoehtoisesti tili voidaan avata esimerkiksi remonttia suorittavalle firmalle, jolloin lasku osoitetaan joko vuokranantajalle tai kyseessä olevalle yritykselle. Työmies voi tällöin vikkellä noutaa tarvittavat tarvikkeet, ilman välitöntä maksusuoritusta.

Toiminnan esimerkki:

Vuokralainen haluaa remontoida vuokraamansa huoneistoa. Hän sopii asiasta vuokranantajan kanssa ja vuokranantaja lupaa osallistua kustannuksiin 200 eurolla. He tiedottavat OVV Asuntopalveluita kiinnostuksestaan ja toimisto ilmoittaa RTV:lle vuokralaisen saapumisesta. RTV:llä on tiedossa vuokralaisen nimi, ostosten maksimisumma, sekä vuokranantajan mahdolliset materiaalarajaukset. Vuokralainen päättää myyjän kanssa yhteisesti tuotteet ja pääsee tuotteiden kanssa helposti liikkeestä remonttipuuhiin. Tämän jälkeen lasku kiertää OVV Asuntopalveluiden kautta vuokranantajalle.

Vuokranantajan on helppo mallistosta rajata asuntoonsa sopivat värimaailmat. Omistaja voi henkäistä helpotuksesta, kun vuokralaisen värivalinnat ovat turvallisia. Ei siis ole pelkoa kirkkaanvärisistä ja kalliista maaleista, esimerkiksi Tampereen intohimoisissa jääkiekkopiireissä vallitsevasta sinioranssista.

Valitut materiaalit ovat saatavilla kaikista RTV:n toimipisteistä, eikä toiminta siis rajoitu pelkästään Tampereen alueelle. Mallistoon valitut materiaalit ovat lisäksi helposti saatavissa koko RTV:n ketjussa. Tämä auttaa myös vuokranantajia: Jo-

ensuussa asuva vuokranantaja voi käydä hyvillä mielin Joensuun RTV:ssä katsomassa Tampereella sijaitsevaa asuntoa varten materiaaleja. Hän voi tehdä tilauksen joko sieltä käsin, tai OVV Asuntopalveluiden kautta ja ketjun loppupäässä oleva remonttimies voi hakea tavarat Tampereelta.

Asiakkaat saavat mallistotuotteiden lisäksi alennusta myös muusta RTV:n tarjonnasta. Näihin lukeutuvat esimerkiksi kylpyhuoneen kalusteet, sauma-aineet sekä tapetoinnissa käytettävät liisterit. Mikäli RTV:ltä ei löydy tarpeeksi asiakkaan toivomia materiaaleja, tilaa RTV ketjun toiselta sivutoimipisteeltä sitä lisää.

5.6 Projektin päättäminen

Malliston julkaisun jälkeen projekti saatettiin päätökseen. Mallistosta lähetettiin muille toimistoille informatiivinen sähköpostiviesti, jossa kerrottiin valtakunnallisesta yhteistyömahdollisuudesta. Tampereen osalta mallisto jää aktiiviseen käyttöön ja sitä markkinoidaan asiakkaille myös projektin jälkeen.

Projektin raportointi päätettiin hoitaa opinnäytetyön keinoin projektin kevyen luonteen vuoksi. Erillisen raportin ei koettu tuovan lisäarvoa projektille.

6 POHDINTA

Tämä projektin tarkoituksena oli luoda toimeksiantajalle normaalia välitystoimintaa tukeva palvelupaketti. Työn alkuvaiheessa tutkimusosio keskityttiin rajaamaan vuokralaisiin sekä yritysysteistyön selvittämiseen. Aloitin tämän opinnäytetyön toimeksiantajalla työskennellessäni, joten vuokra-asuntojen välitysala on minulle ennestään tuttu. Siten vuokramarkkinoiden muutoksen sekä vuokralaisten tutkiminen oli mielenkiintoista, eikä perusasioiden pönttäämistä tarvinnut sen kummemmin tehdä.

Vuokramarkkinoilla vallitsee uudisrakentamisen kausi. Uudisrakentamista tapahtuu pääosin kasvukeskuksissa, kuten pääkaupunkiseudulla sekä Tampereella. Tampereella tämä näkyy varsinkin yksiöiden tarjonnassa. Pieniä asuntoja on markkinoilla enemmän kuin vuokralaisia ja siten vuokrausajat ovat hiljalleen kasvaneet. Trendi näkyy välittäjän silmiin erityisen hyvin.

Suomalaisten asumiskulttuuri kallistuu vuokra-asumisen suuntaan. Vuokralla asuminen kasvaa omistusasumiseen verrattuna. Tämä trendi juontaa juurensa siihen, että työpaikat keskittyvät kasvukeskuksiin ja maaseutu hiljenee. Kaupungeissa vuokralla asuminen on edukkaampaa verrattaessa omistusasumiseen. Vuokra-asunnon saa lisäksi helpommin paremmalta sijainnilta.

Vuokralaiset kaipaavat asunnoltaan nykyisin laadukkuutta. Yhä useammin vuokralaiset ovat valmiita maksamaan asuntonsa sijainnista sekä hyvin hoidetusta huoneistosta. Myös palveluiden saatavuus on merkittävä tekijä asunnon valinnassa. Vuokralaiset kiertelivät usein useammilla asuntonäytöillä ennen päätöksen tekemistä, eikä vuokrauspäätöstä tehdä kevyin perustein.

Vuokramarkkinoiden tutkimus antaa hyvän yleiskuvan markkinoiden tilanteesta vuonna 2019. Koronaviruksen aiheuttama kriisi Suomessa sijoittui opinnäytetyön raportoinnin loppupuolelle. Kriisin vaikutuksia ei ole opinnäytteessä käsitelty, mutta onkin mielenkiintoista seurata kuinka pandemiaa edeltävät ennusteet ja

vuokramarkkinoiden tilanne tulevat muuttumaan. Pandemialla on joka tapauksessa suuri vaikutus talouteen, mikä tulee näkymään kaikessa kulutuskäyttäytymisessä, niin myös vuokramarkkinoilla.

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus sujui aikataulun mukaisesti. Projekti suoritettiin muun työn ohessa, mikä aiheutti projektin venymistä raportoinnin osalta. Kaiken kaikkiaan OVV-mallistosta muodostui kelpo osa yrityksen palvelukonseptia.

Opinnäytteeseen olisi ollut hyvä saada tulostarkastelua projektin onnistumisesta, esimerkiksi haastattelun muodossa. Valitettavasti sellaista ei saatu sisällytettyä työhön haastattelupyynnöistä huolimatta. Tulevaisuudessa malliston pohjalta olisiikin hyvä suorittaa asiakastyytyväisyyskysely, jolla selvitettäisiin asiakkaiden mielipiteitä sekä malliston kehittämismahdollisuuksia. Samalla saataisiin yhteistyökumppanillekin dataa yhteistyön onnistumisesta.

LÄHTEET

Asiakastieto Media. 01.07.2019. Yli 380 000 suomalaisella maksuhäiriö – kasvu ei taitu ilman nopeaa positiivisen tiedon hyödyntämistä. Viitattu 25.2.2020.

<https://www.asiakastieto.fi/web/fi/asiakastieto-media/uutiset/yli-380-000-suomalaisella-maksuhairio-kasvu-ei-taitu-ilman-nopeaa-positiivisen-tiedon-hyodyntamista.html>

Demos Helsinki. 2018. Bees and trees – Unique Partnerships to Co-create Sustainable Business. Viitattu 26.1.2020.

<https://www.demoshelsinki.fi/julkaisut/bees-and-trees-unique-partnerships-to-co-create-sustainable-business-2/>

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: Talentum.

Gummesson, E. 2004. Suhdemarkkinointi 4P:stä 30R:ään. Helsinki: Talentum.

Hakanen, M., Heinonen, U. & Sipilä, P. 2007. Verkostojen strategiat: menesty yhteistyössä. Helsinki, Edita.

Hienonen, V., Kinnunen, H. & Viita, A. 2015. Hyvä vuokrasuhde – käytännön opas asunnon vuokraukseen. Helsinki: Kiinteistöalan Kustannus Oy.

Hollanti, J. & Koski, J. 2007. Markkinoinnin soveltaminen liiketoiminnassa. Keuruu: Otava.

Hyvä vuokratapa 2018.

Investor's House. 2019. Investor's House - konsernitilinpäätös 1.1.-31.12.2018.

Kairavirta, K. 2014. Vuokralaisten mieltymykset vuokralla asumisesta. Opinnäytetyö. Tampereen ammattikorkeakoulu.

<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201405218996>

Kepa ry. 2011. Tehoa yritys yhteistyöhön – Käsikirja Kepan jäsenjärjestöjen yritys yhteistyön kehittämiseksi. Viitattu 26.1.2020.

<https://www.fingo.fi/sites/default/tiedostot/julkaisut/tehoa-yritysyhteistyohon-2-versio.pdf>

Kiinteistövälitysalan keskusliitto ry. 2008. Ohje hyvästä vuokravälitystavasta.

Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. Marketing Management. 13th Edition. Pearson education.

Krabbe, K. 2019. Asumistuki auttaa pienituloista. Vuokranantaja - Suomen Vuokranantajat RY:n lehti 1/2019, 25-28

Laki asuinhuoneiston vuokrauksesta 31.3.1995/481.

Laki kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välityksestä 15.12.2000/1074.

Mäntyneva, M. 2016. Hallittu projekti - Jäntevästä suunnittelusta menestykselliseen toteutukseen. Kauppakamari.

Orava, J. & Turunen, O. 2013. Osta, vuokraa, vaurastu. Liettua: Talentum Media Oy.

OVV Asuntopalvelut. Viitattu 26.2.2020. <https://www.ovv.com/ovv/>

Peetu Keskinen, Hanna Karikallio, Sanni Kiviholma. PTT-ennuste: Alueelliset asuntomarkkinat 2020. Helsinki 2020. Viitattu 25.2.2020.
<https://www.ptt.fi/ajankohtaista/uutiset/asuntomarkkinat-2020-ennuste.html>

Peetu Keskinen, Hanna Karikallio, Sanni Kiviholma. PTT-ennuste: Alueellinen asuntomarkkinaennuste 2020 erikoisteema - Asuntomarkkinoiden polarisaatio jatkuu 2020-luvulla. Helsinki 2020. Viitattu 25.2.2020.
<https://www.ptt.fi/julkaisut-ja-hankkeet/uutiset/asuntomarkkinat-2020-erikoisteema-asuntomarkkinoiden-polarisaatio-jatkuu-2020-luvulla.html>

Pelin, R. 2009. Projektihallinnan käsikirja. Helsinki: Projektijohtaminen Risto Pelin.

Pelin, R. 1991. Projektin suunnittelun ja valvonnan menetelmät. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Roininen, P. 2018. Asunto – Elämäsi tärkein sijoitus. Helsinki: Alma Talent Oy.

RTV Yhtymä Oy. Viitattu 27.2.2020. <https://www.rtv.fi/>

Ruuska, K. 2012. Pidä projekti hallinnassa: suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. Helsinki: Talentum.

Saarnilehto, A., Vesalainen, J. & Annola, V. 2013 Monimuotoinen verkosto: johtamista ja juridiikkaa. Lakimiesliiton kustannus Oy.

Seilistö, A. RTV Yhtymä Oy. Palaverikeskustelu 11.10.2019. Tampere.

Sounio, L. 2010. Brändikäs. Alma Talent. Helsinki.

Suomen Kiinteistöliitto ry & Kiinteistöliitto Uusimaa ry 2019. Taloyhtiön vastuunjakotaulukko 2019. Kiinteistöalan Kustannus Oy.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Asunnot ja asuinolot [verkkajulkaisu]. ISSN=1798-6745. yleiskatsaus 2018. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 25.2.2020.
http://www.stat.fi/til/asas/2018/01/asas_2018_01_2019-10-10_tie_002_fi.html

Suomen virallinen tilasto (SVT): Asuntojen vuokrat [verkkajulkaisu]. ISSN=1798-100X. 4. vuosineljännes 2019. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 25.2.2020.
http://www.stat.fi/til/asvu/2019/04/asvu_2019_04_2020-02-06_tie_001_fi.html

Suomen virallinen tilasto (SVT): Rakennus- ja asuntotuotanto [verkkajulkaisu]. ISSN=1796-3257. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 18.5.2020.

https://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_rakentaminen.html

Suomen virallinen tilasto (SVT): Yleinen asumistuki [verkkajulkaisu]. Helsinki: Kansaneläkelaitos. Viitattu: 25.2.2020. <http://www.stat.fi/til/astuki/>

Suomen Vuokranantajat. Vuokranantajakysely 2020. Viitattu 21.2.2020.
<https://vuokranantajat.fi/markkinatietoa/vuokranantajakysely-2020/>

Viljamaa, T. Suomen Vuokranantajien vuokramarkkinakatsaus syksy 2019. Suomen Vuokranantajat ry. Viitattu 25.2.2020.
<https://vuokranantajat.fi/markkinatietoa/vuokramarkkinakatsaus-syksy-2019/>

Valanko, E. 2009. Sponsorointi. Yhteistyökumppanuus strategisena voimana. Alma Talent.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä. merkitys, vaikutus ja keinot. WS Bookwell.

LIITTEET

Liite 1. Projektin aikataulu, Gantt-kaavio



OVV ASUNTOPALVELUT

VALTAKUNNALLINEN VÄLITTÄJÄ

OVV-MALLISTO



Tapetit

LIVIA

Hyvä ja edullinen perustapettimallisto, stabiliti/vinyyli 17,40 €/rll (ovh. 29 €/rll, -40%)



402025



402360

MIX

Nuorekkaaseen makuun sopiva, stabiliti/vinyyli 17,40 €/rll (ovh. 29 €/rll, -40%)



407341



625554

Maalit

TIKKURILAN PERUSMAALIT

8 eri sävyä, paperinvalkoisesta harmaan eri sävyihin



Valamo



Graniitti



Mulperi



Ajopuu

Lattiat

LAMELLA CLIX VINYYLILANKKU

5 eri sävyä. Helppohoitoinen ja kestävä!
19 €/m² (ovh. 26,90 €/m²)

Elegant Oak Light
Brown

Kingston Oak Brown

LAMELLA PRO LAMINAATTI

4 eri sävyä
10,50 €/m² (ovh. 17,90 €/m²)



Helmitammi



Hietatammi

Seinälaatat

ARCTIC, valkoiset kiiltävä- ja mattapintaiset laatat
20x40cm & 25x40cm 8,55 € (ovh 23,50).

FOX-sarja, 4 sävyä
20x40cm, 12,90 € (ovh 31€)



Fox Beige



Fox Grey

PRO DOUBLE WALL
25x40cm, 12,70 € (ovh 32 €)



Pro Double Wall Grey



Pro Double Wall
Antracite

Lattialaatat

FOX
10x10 cm, 4 sävyä
13,85 € (ovh 33 €)



Fox Brown



Fox Black

LUOTO
10x10 cm lattialaatat, 4 sävyä
12,75 € (ovh 27,50 €)



Luoto valkoinen



Luoto harmaa

Hinnat voimassa toistaiseksi 2019 alkaen.
Kaikki hinnat sisältävät alv 24%

Tarkemmat hinta- ja tuotetiedot saat RTV:n myymälän henkilökunnalta!



OVV yhdistää

Mallistohintaisten tuotteiden lisäksi RTV
tarjoaa asiakkailleen ilmaista
suunnittelupalvelua remonttia
suunnitteleville tai siitä haaveileville!

Lisätietoja malliston sekä palvelun
toimivuudesta saat
OVV Asuntopalveluiden henkilökunnalta.

Voimme myös suositella päteväksi
todettuja remontoijia, mikäli taitoa tai
aikaa ei omasta takaa löydy.



Hallituskatu 15,
33200 TAMPERE
Avoinna: ma-pe klo 10-16
Puh. (03) 2233 188
tampere@ovv.com
www.ovv.com

Ahlmanintie 61,
33800 TAMPERE
Avoinna: ma-pe 8-18,
la 9-15
Puh. (03) 233 3100
www.rtv.fi

